Manuel Utilisateur

MMW "Full Option"

COMPORTEMENT D'ÉCOUTE DES TELESPECTATEURS

MMW est une plate-forme de travail sur données d'audience T.V. développée par Markdata et Médiamétrie. Cette application permet d'effectuer un grand nombre d'analyses.

MMW permet d'effectuer des analyses en utilisant des données individuelles (i.e. des données individuelles calculées sur la base de la seconde).

www.mediametrie.fr
70 rue Rivay
92 532 LEVALLOIS-PERRET
Cedex

Mediametrie

Les résultats des études de Médiamétrie sont protégés

Tous les résultats produits, assemblés et distribués/commercialisés par Médiamétrie sont et demeurent la propriété de Médiamétrie : ils sont protégés au titre du droit d'auteur et au titre de la protection spécifique accordée aux bases de données, y compris lorsqu'ils sont publiquement diffusés par Médiamétrie.

Nous vous rappelons donc que :

1. La diffusion auprès du public de nos résultats, notamment sur notre site Internet, ne les rend pas libres de tout droit : vous ne disposez que du droit de reproduire certains résultats dans le cadre et les limites du droit de citation, et en veillant à en préciser la source complète ainsi que les mentions de droit de propriété appropriées.
2. Les résultats mis à la disposition de nos clients, le sont dans le cadre de contrats qui précisent les règles relatives à leur utilisation, leur communication et leur diffusion.

Toute utilisation illégale ou illégitime, ou présentation erronée ou imprécise de nos résultats nuit à leur valeur et à notre image de marque, et par là même est préjudiciable à Médiamétrie, à ses clients, et à l'ensemble de la profession des Médias.

De plus, toute utilisation abusive est aggravée par la facilité et la rapidité avec laquelle les résultats peuvent être reproduits et transmis via Internet et par le développement des sites web.

C'est la raison pour laquelle, dans l'intérêt de l'ensemble de la profession, Médiamétrie est particulièrement vigilante quant au respect des règles légales et contractuelles d'utilisation de ses résultats et prend toute mesure utile à cet égard, y compris des poursuites judiciaires appropriées.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

MÉDIAMÉTRIE

Société Anonyme au capital de 930 000 €

70, rue Rivay

92 532 Levallois-Perret Cedex

inscrite au RCS de Nanterre sous le numéro B 333 344 000

Téléphone : 01 47 58 97 58

Site Internet : http://www.mediametrie.fr

Limitations de copie et d'utilisation

MMW et le logo Médiamétrie sont des marques déposées, propriétés respectives des sociétés Markdata et Médiamétrie.

L'interface *MMW* est réservée aux souscripteurs de celle-ci conformément et dans les conditions des contrats Médiamétrie.

L'ensemble de ce manuel relève de la législation française sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle. Tous les droits de reproduction, représentation, adaptation, traduction, transformation, arrangement sont réservés. La reproduction, représentation, adaptation, traduction, transformation, arrangement de tout ou partie du manuel sur quelque support que ce soit et de quelque manière que ce soit est formellement interdite sauf autorisation préalable et écrite de la société Médiamétrie.

Les informations contenues dans ce manuel sont données à titre purement indicatif et ne doivent pas être considérées comme un engagement de la part de Médiamétrie, qui se réserve le droit de les modifier sans préavis. Médiamétrie décline toute responsabilité en cas d'éventuelles erreurs ou inexactitudes relevées dans le contenu de ce manuel. Les références à des noms de sociétés utilisées dans les exemples ou les images figurent uniquement à titre d'illustration.

Toutes les marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

Médiamétrie met à votre disposition le **manuel d'utilisation de l'application *MMW*** sur son serveur web.
Pour télécharger ce guide, il vous suffit de cliquer sur le lien ci-dessous :

http://www.mediametrie.fr/webmail/download/Guide_MMW_FullOption.htm

Le guide utilisateur est au format PDF. Le sommaire contient des liens hypertexte qui permettent d'accéder directement au paragraphe souhaité. Pour cela, cliquer sur le numéro de page correspondant.

Le département Télévision est à votre disposition pour répondre à vos questions :

- Pour des questions d'ordre technique ou fonctionnel (accès à l'interface par exemple), veuillez contacter notre hotline au **01 47 58 97 00** ou par mail **supportmmw@mediametrie.fr**

- Pour des questions liées aux résultats d'audience, votre interlocuteur habituel reste votre contact.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sommaire

1. AVANT DE COMMENCER… 8

2. DEMARRER *MMW* 8

3. LES ANALYSES STANDARD 18

3.1. ANALYSE "TABLE DE DIFFUSION" 18
3.1.1. Axe "Dates" 21
3.1.2. Axe "Disposition" 28
3.1.3. Axe "Filtre" 38
3.1.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base" 38
3.1.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max" 48
3.1.3.3. Sous-Axe "Options Programme" 52
3.1.3.4. Sous-Axe "Par Genre" 53
3.1.3.5. Sous-Axe "Par Libellé Principal/Complémentaire" 55
3.1.3.6. Sous-Axe "Par Libellé Complet" 63
3.1.3.7. Sous-Axe "Environnement" 64
3.1.3.8. Sous-Axe "Heure de Diffusion" 68
3.1.3.9. Sous-Axe "Tranches Horaires" 72
3.1.3.10. Sous-Axe "Durée" 76
3.1.4. Tableau de résultats 78
3.1.4.1. Les différents types de tableaux obtenus 79
3.1.4.2. Les options du tableau de résultats > Clic Droit 80
3.1.5. Analyse « Offre et Consommation » 117
3.1.5.1. Axe « Filtre de Base » > Sous-axe « Options Programme » 118
3.1.5.2. Disposition 119
3.1.5.3. Interprétation du tableau de résultats 121
3.2. ANALYSE « MINUTE A MINUTE » 123
3.2.1. Axe « Dates » 125
3.2.2. Axe « Disposition » 132
3.2.3. Axe "Filtre" 140
3.2.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base" 140
3.2.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max" 150
3.2.3.3. Sous-Axe "Tranches Horaires" 154
3.2.4. Les options du tableau de résultats > Clic Droit 171
3.3. ANALYSE "TRANCHES HORAIRES" 195
3.3.1. Axe "Dates" 197
3.3.2. Axe « Disposition » 204
3.3.3. Axe "Filtre" 212
3.3.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base" 212
3.3.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max" 222
3.3.3.3. Sous-Axe "Groupes de TH" 226
3.3.4. Tableau de résultats 239
3.3.4.1. Exemple de tableau de résultats obtenu 239
3.3.4.2. Les options du tableau de résultats > Clic Droit 239
3.4. ANALYSE "IMPORT D'EVENEMENTS" 261
3.4.1. Généralités 261
3.4.2. Paramétrage de l'analyse 261
3.5. AUTRES ANALYSES STANDARD 263
3.5.1. Généralités 263
3.5.1.1. Transfert d'événements des analyses standard vers les autres analyses standard 263
3.5.1.2. Axe « Disposition » 266
3.5.1.3. Axe « Seuil de vision » 268
3.5.1.4. Les options des tableaux de résultats > Clic Droit 268
3.5.2. Analyse « Structure d'Auditoire » 269

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

3.5.2.1. Axe « Paramètres » : Paramétrages Spécifiques ... 270
3.5.2.2. Axe « Paramètres » : Paramétrages Communs ... 274
3.5.2.3. Interprétation des résultats ... 275
3.5.3. Analyse "Concurrence Frontale" ... 283
3.5.3.1. Axe « Paramètres » : Paramétrages Spécifiques ... 283
3.5.3.2. Axe « Paramètres » : Paramétrages Communs ... 285
3.5.3.3. Interprétation des résultats ... 288

4. LES ANALYSES DE COMPORTEMENT ... 290

4.1. GENERALITES ... 290
4.1.1. Transfert d'événements des analyses standard vers les analyses de comportement ... 290
4.1.2. Axe « Seuil de Vision » (ou Définition du Téléspectateur) ... 294
4.1.3. Axe « Disposition » ... 296
4.1.4. Le Panier d'événements ... 299
4.1.5. Les options des tableaux de résultats > Clic Droit ... 303
4.1.6. Définition du panel constant ... 308
4.2. L'ANALYSE "COUVERTURE ET REPETITION" ... 308
4.2.1. Axe « Paramètres » ... 310
4.2.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 310
4.2.1.2. Paramétrages Communs ... 310
4.2.2. Axe « Seuil de Vision » ... 311
4.2.3. Interprétation des résultats ... 312
4.2.4. Création de cible de Comportement ... 315
4.3. ANALYSE "COUVERTURE & REPETITION (SYNTHESE)" ... 315
4.3.1. Axe « Paramètres » ... 316
4.3.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 316
4.3.1.2. Paramétrages Communs ... 316
4.3.2. Axe « Seuil de Vision » ... 317
4.3.3. Interprétation des résultats ... 317
4.3.4. Création de cible de Comportement ... 318
4.4. ANALYSE « FIDELITE » ... 318
4.4.1. Paramétrages ... 319
4.4.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 319
4.4.1.2. Paramétrages Communs ... 319
4.4.2. Axe « Seuil de Vision » ... 320
4.4.3. Interprétation des résultats ... 321
4.4.4. Création de cible de comportement ... 323
4.5. ANALYSE "FIDELITE (SYNTHESE)" ... 323
4.5.1. Axe « Paramètres » ... 324
4.5.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 324
4.5.1.2. Paramétrages Communs ... 324
4.5.2. Axe « Seuil de Vision » ... 325
4.5.3. Interprétation des résultats ... 325
4.5.4. Création de cible de comportement ... 326
4.6. ANALYSE « ASSIDUITE » ... 326
4.6.1. Axe « Paramètres » ... 326
4.6.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 326
4.6.1.2. Paramétrages Communs ... 328
4.6.2. Axe « Seuil de Vision » ... 328
4.6.3. Interprétation des résultats ... 328
4.6.4. Création de cible de comportement ... 329
4.7. ANALYSE « ASSIDUITE PERSONNALISEE » ... 329
4.8. ANALYSE "P.M.G." (PETITS / MOYENS / GROS CONSOMMATEURS) ... 330
4.8.1. Axe « Paramètres » ... 331
4.8.1.1. Paramétrages Spécifiques ... 331
4.8.1.2. Paramétrages Communs ... 331
4.8.2. Axe « Seuil de Vision » ... 332
4.8.3. Interprétation des résultats ... 332
4.8.4. Création de cible de comportement ... 333

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

4.9. ANALYSE "DUPLICATION", "EXCLUSIVITE" ET "INDICE D'EXCLUSIVITE" 334
4.9.1. Axe « Paramètres » *334*
4.9.1.1. Paramétrages Spécifiques 334
4.9.1.2. Paramétrages Communs 335
4.9.2. Axe « Seuil de Vision » *335*
4.9.3. Interprétation des résultats *336*
4.9.3.1. Analyse « Duplication » 336
4.9.3.2. Analyse « Exclusivité » (Pendant de la Duplication) 338
4.9.3.3. Analyse « Indice d'Exclusivité » 340
4.9.4. Création de cible de comportement *342*
4.10. ANALYSE "DESTINATION/PROVENANCE" 342
4.10.1. Axe « Paramètres » *343*
4.10.1.1. Paramétrages Spécifiques 343
4.10.1.2. Paramétrages Spécifiques 343
4.10.2. Axe « Seuil de Vision » *343*
4.10.3. Interprétation des résultats *344*
4.10.4. Création de cible de comportement *346*
4.11. ANALYSES "DUPLICATION MOYENNE" ET "EXCLUSIVITE MOYENNE" 346

5. LE MODULE « CIBLES » 349

5.1. PROFIL DE CIBLES 349
5.1.1. Axe « Disposition » *349*
5.1.2. Axe « Filtres » *350*
5.1.2.1. Sous-Axe « Requête de Base » 350
5.1.2.2. Sous-Axe « Variables du Panel » 353
5.1.3. Interprétation du tableau de résultats *354*
5.2. CREATION DE CIBLES 359
5.2.1. Création de cibles Panel *360*
5.2.1.1. Création d'une cible à partir des variables du panel 360
5.2.1.2. Création d'une cible Panel à partir d'une cible Panel déjà existante 363
5.2.1.3. Modification de la définition d'une cible Panel 366
5.2.2. Création de cibles Composites *367*
5.2.2.1. Cible Complémentaire 367
5.2.2.2. Autres Cibles Composites (A partir d'une sélection de deux cibles au moins) 367
5.2.2.3. Création de plusieurs cibles à partir d'une même cible 369
5.2.3. Options communes aux cibles Panel et Composites *371*
5.2.3.1. Modification d'un nom de cible 371
5.2.3.2. Suppression d'une cible 371
5.2.3.3. Information sur une cible 372

6. LES AUTRES OUTILS 374

6.1. COMMENTAIRES 374
6.1.1. Création d'un commentaire *374*
6.1.2. Affichage d'un commentaire dans le tableau de résultats *378*
6.2. INFO BASE DE DONNEES 379

7. LE MODULE « OPTIONS GENERALES » 381

7.1. GRILLE DE RESULTATS 381
7.2. PARAMETRAGES 382
7.3. EXPORT 384
7.4. SEUIL DE VISION PREDEFINI 385

8. LES ENREGISTREMENTS 388

8.1. ENREGISTREMENT D'UNE ANALYSE 389
8.1.1. Enregistrement d'une analyse Standard *389*
8.1.1.1. Enregistrement dans la barre horizontale de menu 389
8.1.1.2. Enregistrement dans l'Espace de Travail 392
8.1.2. Enregistrement d'une analyse « Autre Analyse » *394*
8.2. ENREGISTREMENT D'UNE MAQUETTE 401

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

8.2.1. Maquette d'une analyse Standard 401
8.2.2. Maquette d'une analyse « Autres Analyses » 405
8.3. ENREGISTREMENT D'UN FAVORI 409

9. LES TACHES PLANIFIEES (BATCH) 411

9.1. OBJECTIF 411
9.2. PARAMETRAGE 411
9.3. EXPORT DES RESULTATS 416
9.4. POUR ALLER PLUS LOIN DANS LES TACHES PLANIFIEES… 418

ANNEXES

Annexe 1 :
Indicateurs d'Audience **391**

Annexe 2 :
Cibles Standard et Complémentaires **403**

Annexe 3 :
Variables Standard **405**

Annexe 4 :
Principes méthodologiques fondamentaux de *MMW* **406**

Annexe 5 :
Synthèse des différences de méthodologie de calcul entre *MMW* et *Telereport Individus* **416**

Annexe 6 :
Détail des agrégats de chaînes **419**

Annexe 7 :
Note Méthodologique : Comment calculer un GRP, une couverture et une répétition moyenne ? **424**

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

1. Avant de commencer…

MMW est une plate-forme de travail sur données d'audience T.V. développée par Markdata et Médiamétrie. Cette application permet d'effectuer un grand nombre d'analyses.
MMW vous permet d'effectuer des analyses en utilisant des données individuelles (i.e. des données individuelles calculées sur la base de la seconde).

L'une des caractéristiques de *MMW* est la flexibilité dont dispose l'utilisateur pour organiser la présentation de l'information. Pour chaque analyse, vous pourrez sélectionner ou filtrer des chaînes, des périodes, des plages horaires, des programmes, des codes genres, des cibles et des indicateurs.
Ce logiciel propose dans son approche agrégée différentes analyses d'audience : analyse « Table de Diffusion », analyse « Minute à Minute », analyse « Structure d'Auditoire »…
Concernant les analyses de comportement, vous trouverez des analyses de Couverture et répétition, Fidélité, Assiduité, PMG, Duplication et Exclusivité, Destination/Provenance.

2. Démarrer *MMW*

Pour accéder à l'application *MMW*. Cliquer sur l'icône :

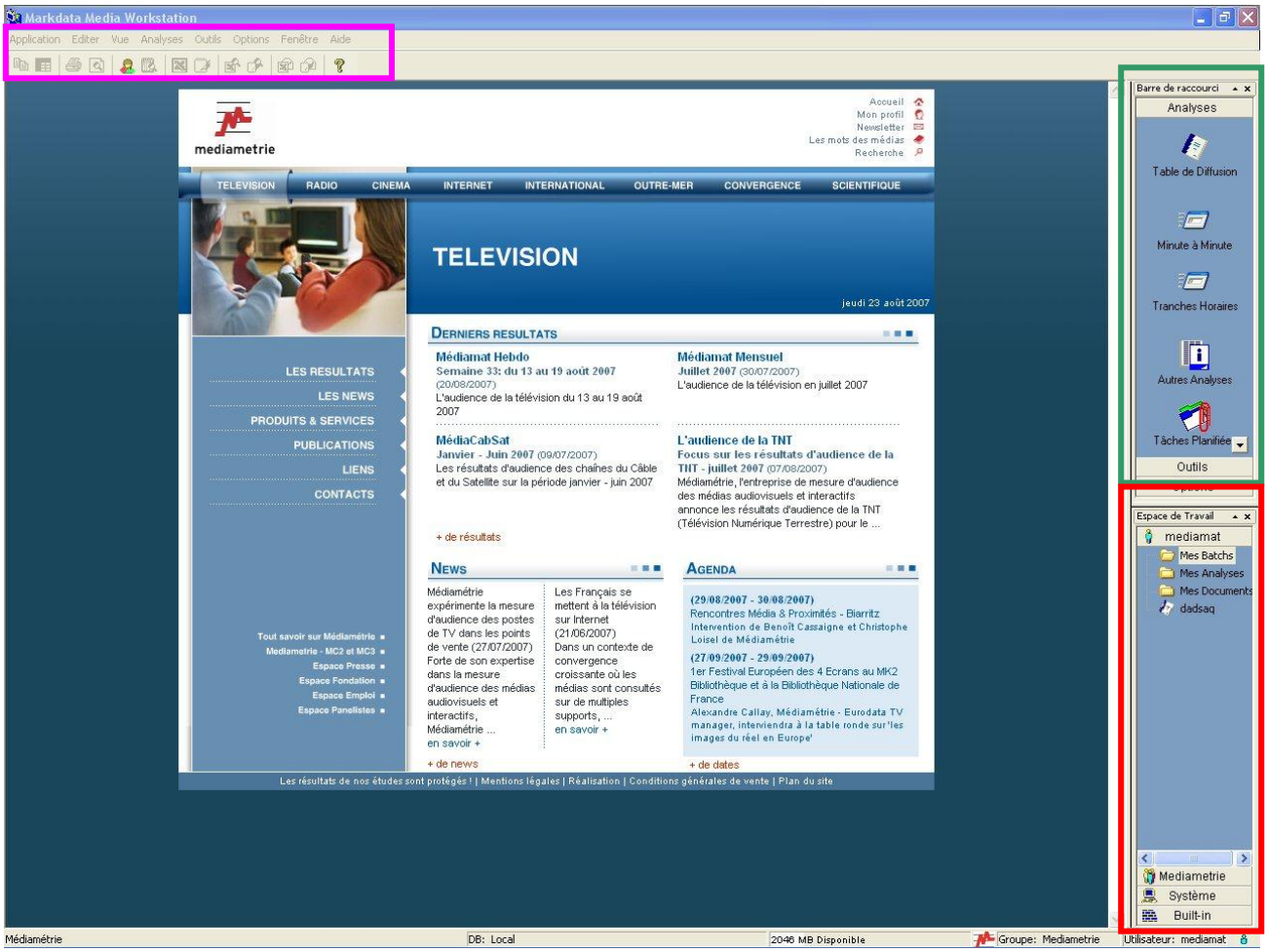
La fenêtre suivante apparaît :

Entrer alors un identifiant et un mot de passe, puis cliquer sur "**OK**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

La page d'accueil de l'application *MMW* apparaît :


Markdata Media Workstation
Application Editer Vue Analyses Outils Options Fenêtre Aide
mediametrie
Accueil
Mon profil
Newsletter
Les mots des médias
Recherche
TELEVISION RADIO CINEMA INTERNET INTERNATIONAL OUTRE-MER CONVERGENCE SCIENTIFIQUE
TELEVISION
jeudi 23 août 2007
LES RESULTATS
LES NEWS
PRODUITS & SERVICES
PUBLICATIONS
LIENS
CONTACTS
DERNIERS RESULTATS
Médiamat Hebdo
Semaine 33: du 13 au 19 août 2007 (20/08/2007)
L'audience de la télévision du 13 au 19 août 2007
Médiamat Mensuel
Juillet 2007 (30/07/2007)
L'audience de la télévision en juillet 2007
MédiaCabSat
Janvier - Juin 2007 (09/07/2007)
Les résultats d'audience des chaînes du Câble et du Satellite sur la période janvier - juin 2007
L'audience de la TNT
Focus sur les résultats d'audience de la TNT - juillet 2007 (07/08/2007)
Médiamétrie, l'entreprise de mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs annonce les résultats d'audience de la TNT (Télévision Numérique Terrestre) pour le ...
+ de résultats
NEWS
Médiamétrie expérimente la mesure d'audience des postes de TV dans les points de vente (27/07/2007)
Forte de son expertise dans la mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs, Médiamétrie ...
en savoir +
Les Français se mettent à la télévision sur Internet (21/06/2007)
Dans un contexte de convergence croissante où les médias sont consultés sur de multiples supports, ...
en savoir +
+ de news
AGENDA
(29/08/2007 - 30/08/2007)
Rencontres Média & Proximités - Biarritz
Intervention de Benoît Cassaigne et Christophe Loisel de Médiamétrie
(27/09/2007 - 29/09/2007)
1er Festival Européen des 4 Ecrans au MK2 Bibliothèque et à la Bibliothèque Nationale de France
Alexandre Callay, Médiamétrie - Eurodata TV manager, interviendra à la table ronde sur 'les images du réel en Europe'
+ de dates
Les résultats de nos études sont protégés ! | Mentions légales | Réalisation | Conditions générales de vente | Plan du site
Tout savoir sur Médiamétrie
Mediametrie - MC2 et MC3
Espace Presse
Espace Fondation
Espace Emploi
Espace Panélistes
Barre de raccourci
Analyses
Table de Diffusion
Minute à Minute
Tranches Horaires
Autres Analyses
Tâches Planifiées
Outils
Espace de Travail
mediamat
Mes Batchs
Mes Analyses
Mes Documents
dadsaq
Mediametrie
Système
Built-in
Médiamétrie
DB: Local
2046 MB Disponible
Groupe: Mediametrie
Utilisateur: mediamat

Barre de raccourci

Accès aux "Analyses" : "Table de Diffusion", "Minute à Minute", "Tranches Horaires", "Structure d'Auditoire", "Concurrence Frontale", toutes les analyses de comportement, les tâches planifiées.
Accès aux "Outils" : Cibles, Commentaires et Information Base de données
Accès aux "Options" : Paramétrages des formats de durée, jour…, paramétrages des tableaux de résultats, création des seuils de vision prédéfinis…

Espace de travail

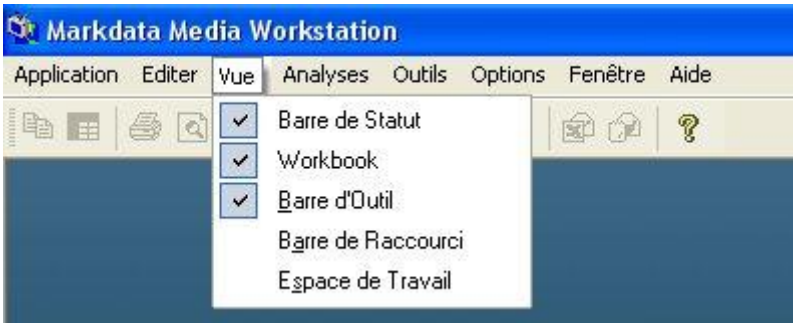
Organisez votre propre environnement de travail. Enregistrez les paramètres de vos analyses…

Conseil

Si les deux barres de navigation "Barre de raccourci" et "Espace de travail" n'apparaissent plus dans l'application, il suffit de vous rendre au niveau de la barre horizontale de menu et de sélectionner l'option "Vue"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Et sélectionner les options "Barre de raccourci" et "Espace de travail" comme suit :

Elles apparaîtront alors à nouveau dans l'interface *MMW*.

> Pour créer un répertoire/dossier, appliquer un clic droit au niveau de l'"Espace de Travail". Le menu suivant apparaît :

Il est alors possible d'Ajouter des dossiers/répertoires à l'"espace de Travail, pour cela sélectionner l'option "**Nouveau Dossier**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

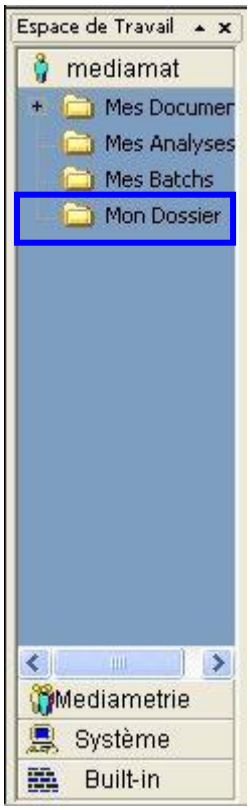
Mediametrie

La fenêtre suivante apparaît :

Entrer le nom du dossier (Ici "Mon Dossier") puis cliquer sur "OK".
Le dossier nouvellement créé apparaît dans l'Espace de travail.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Pour le déplacer, sélectionner le libellé puis à l'aide du clic gauche maintenu déplacer le à l'endroit souhaité.

> Pour créer un lien vers un fichier externe à *MMW* (Présentation PPT, Fichiers Excel ou Word…), appliquer un clic droit au niveau de l'"Espace de Travail". Sélectionner l'option "**Ajouter > Rechercher Fichier**"

La fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

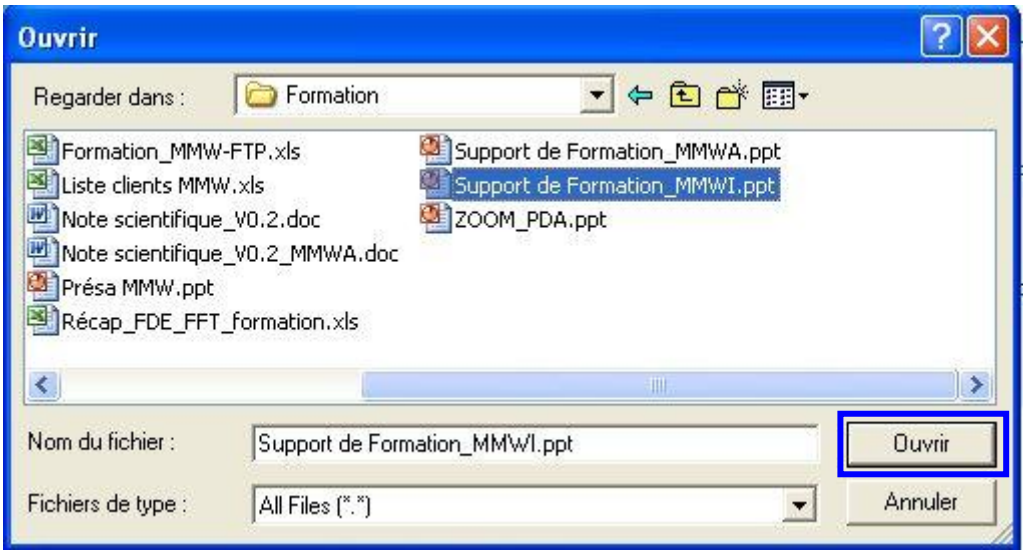
Mediametrie

Entrer un nom pour le fichier à lier (Ici "Mon Document") et cliquer sur le bouton "**...**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

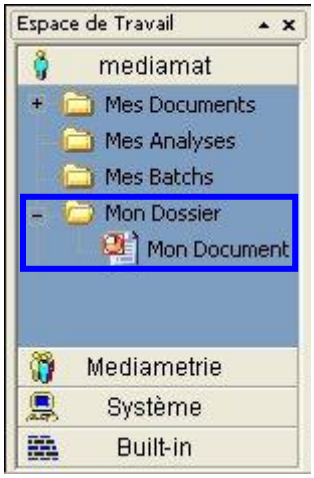
Mediametrie

La fenêtre suivante apparaît :



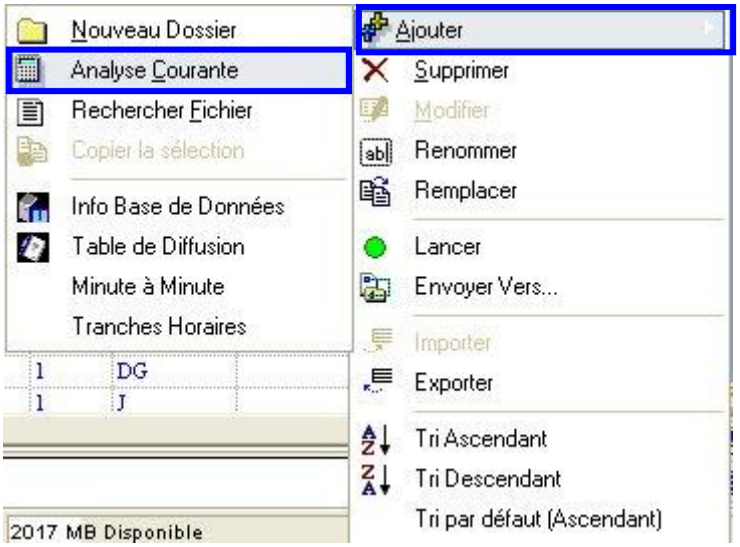
Sélectionner le fichier à lier (Ici "Support de Formation *MMW*I.ppt") puis cliquer sur le bouton "**Ouvrir**". Cliquer alors sur OK" pour valider le lien.

Le fichier est alors ajouté à l'Espace de Travail. Il a été placé ici dans le dossier "**Mon Dossier**" préalablement créé.



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Pour ajouter une analyse enregistrée dans l'Espace de Travail, sélectionner l'option "**Ajouter > Analyse Courante**" disponible lorsqu'un tableau de résultats est obtenu.
(cf paragraphe « Enregistrement dans l'espace de travail »).



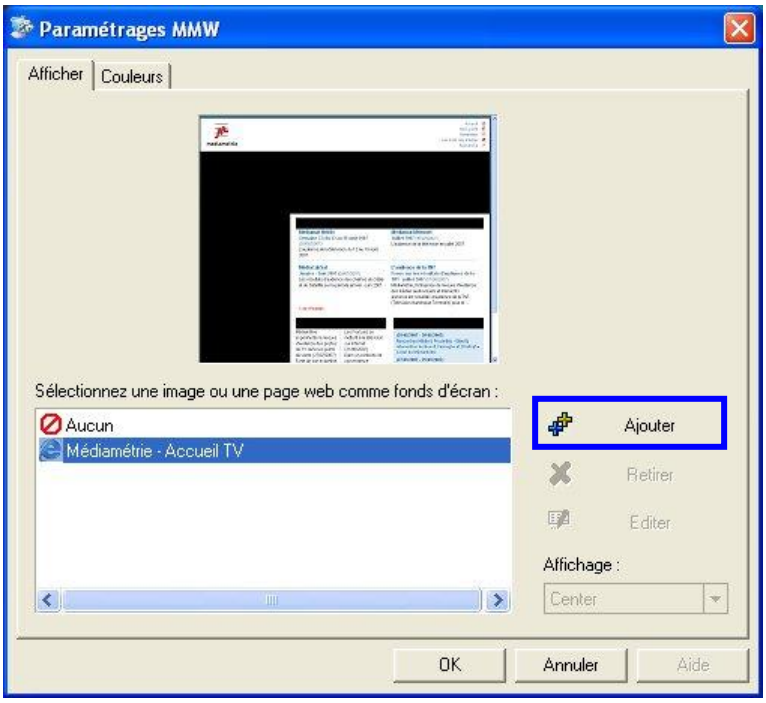
Barre de Menu
Au centre, vous avez la possibilité d'appliquer un lien Internet avec le site de votre choix (ici, le site Médiamétrie), ou une image.

Pour cela, cliquer sur l'option "**Application**" de la barre de menu. Puis sélectionner l'option "**Paramètres**".

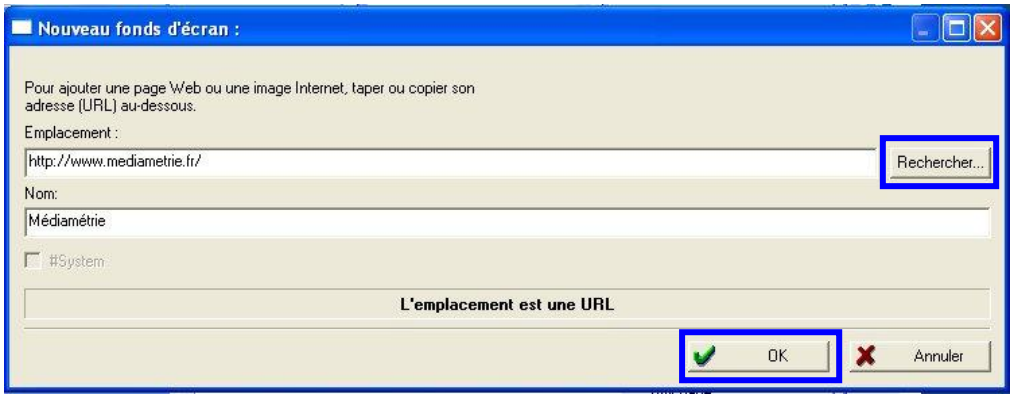
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sélectionner alors un nouveau fonds d'écran en cliquant sur le bouton "**Ajouter**"



Entrer alors l'emplacement de l'image ou de l'URL à appliquer comme fonds d'écran (à l'aide du bouton "**Rechercher…**"). Puis cliquer sur "**OK**".

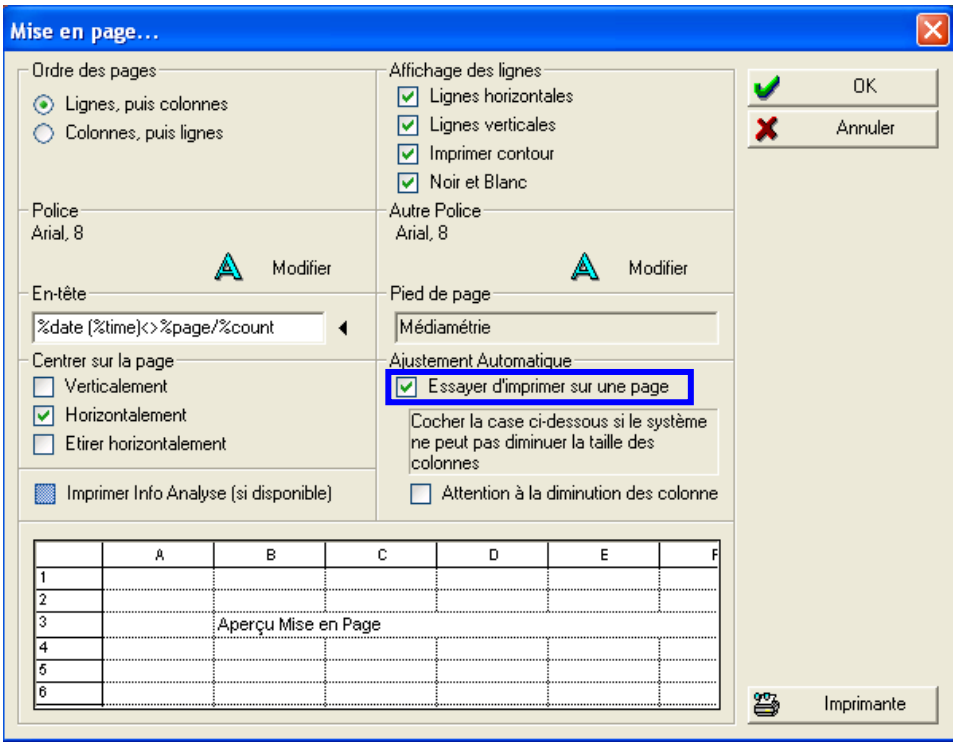


Vous pouvez également paramétrer vos impressions. Pour cela, sélectionner l'option « **Paramétrage d'impression** » du menu déroulant « **Application** »,

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

La fenêtre suivante apparaît :



Cocher l'option « **Essayer d'imprimer sur une page** » et décocher l'option « **Attention à la diminution des colonnes** » pour permettre à l'application de redimensionner automatiquement le tableau de résultats.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

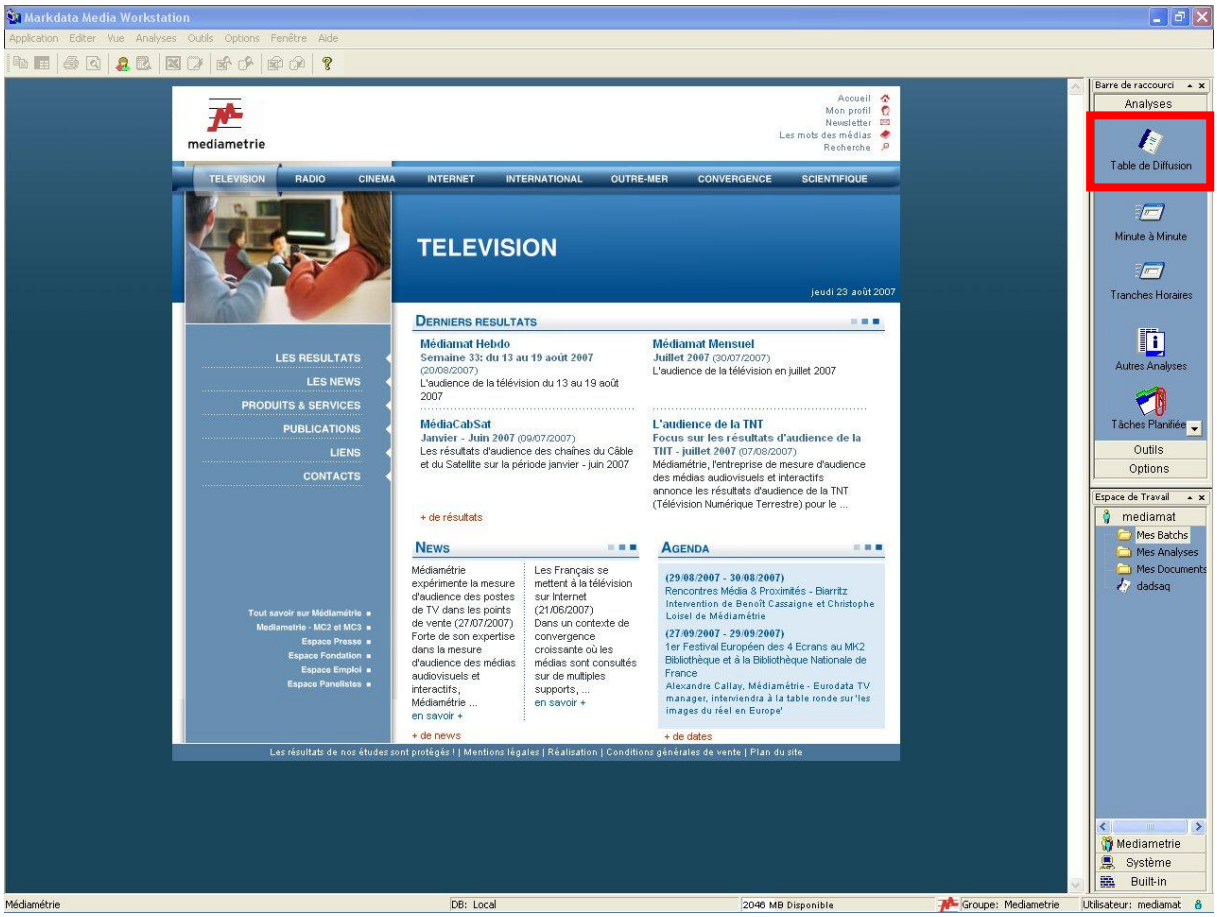
Mediametrie

3. Les Analyses Standard

3.1. Analyse "Table de Diffusion"

L'analyse "Table de Diffusion" permet de disposer des performances de tous les programmes (Emissions/Auto-Promotion (Bandes Annonces)/Ecrans Publicitaires) diffusés au cours d'une période déterminée. Diffusion" permet de disposer des performances de tous les programmes (Emissions/Auto-Promotion (Bandes Annonces)/Ecrans Publicitaires) diffusés au cours d'une période déterminée. Sans sélection d'indicateurs d'audience, cette analyse permet d'obtenir une liste de programmes diffusés au cours de la période choisie.
La recherche de programmes peut se faire par nom, par genre, par niveau, par heure de diffusion, par durée, selon le contexte de diffusion…
L'analyse permet d'organiser, de trier et moyenner les performances des programmes obtenus selon différents axes (Chaînes, Programmes, Genres, périodes prédéfinies…).
Cette analyse propose également d'analyser les programmes concurrents des programmes sélectionnés, d'extraire leur première et dernière minutes (analyse de sponsor) ou bien d'effecteur un zoom sur les programmes.

Afin d'accéder à l'analyse « Table de Diffusion », cliquer sur l'onglet « **Analyses** » de la barre de raccourci et cliquer sur l'icône "**Table de Diffusion**".



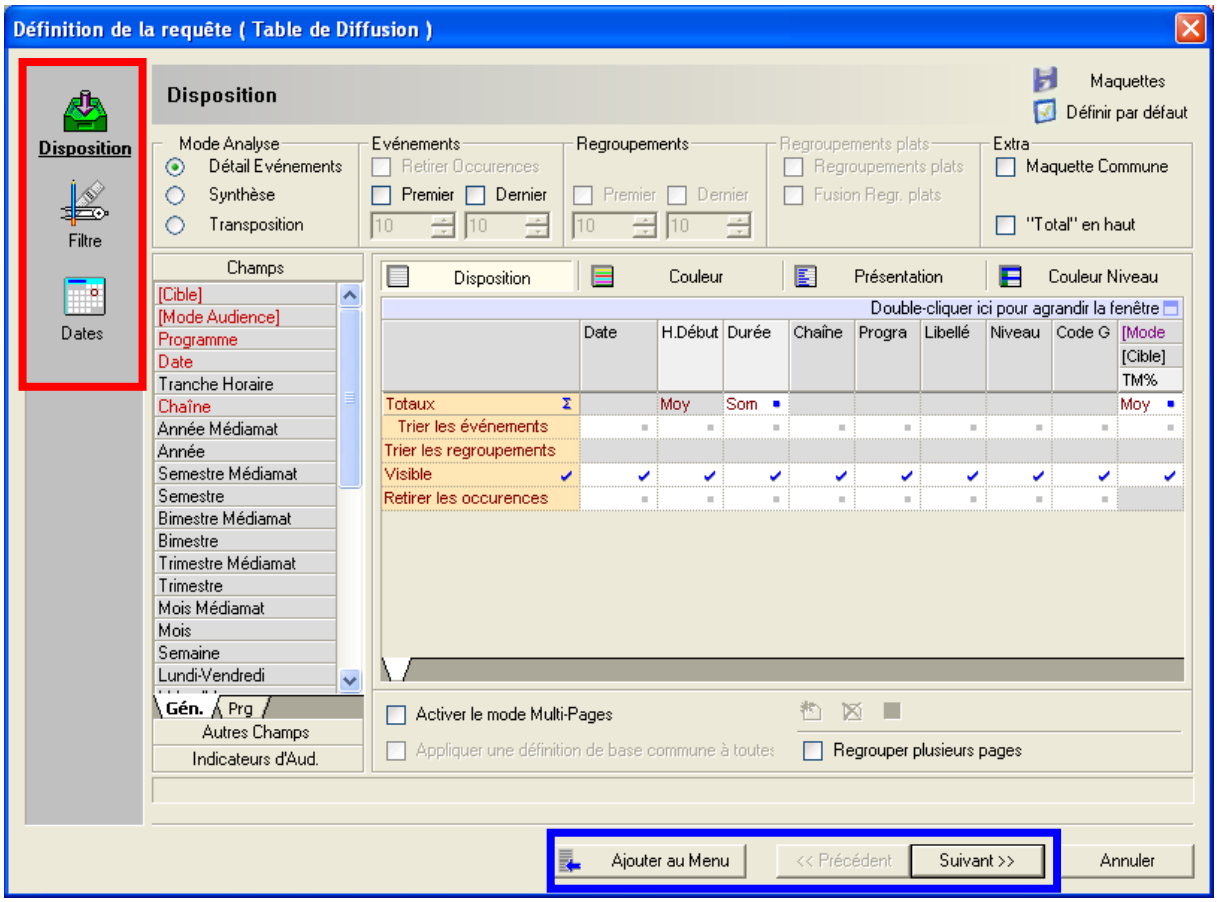
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

En cliquant sur «**Table de Diffusion**», on accède au paramétrage de l'analyse :



Cette analyse propose 3 axes de paramétrages :

- Axe "Disposition" (axe affiché par défaut)
- Axe "Dates"
- Axe "Filtre"

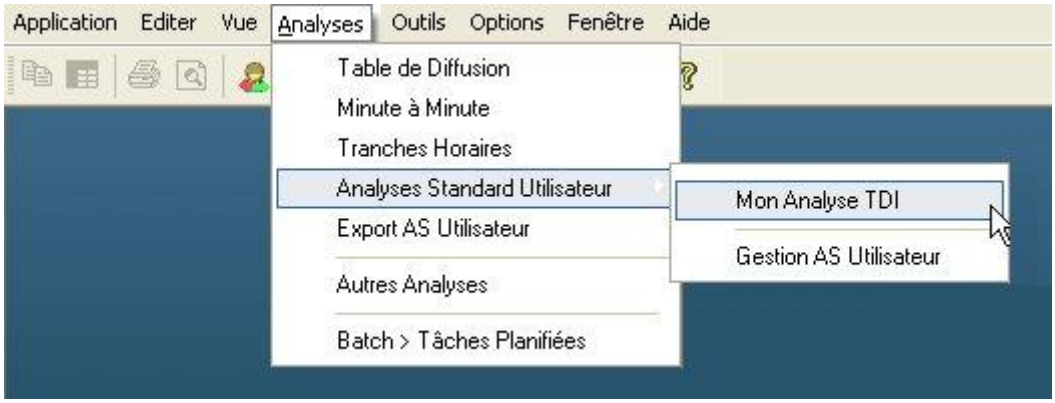
Seuls les axes "Filtre" et "Disposition" comportent des valeurs par défaut. Il est donc indispensable de sélectionner au moins une date au niveau de l'axe "Dates" pour lancer un calcul.
Le bouton "Calculer" n'est d'ailleurs proposé qu'au niveau de l'axe "Dates". Il reste inactif (grisé) si aucune date n'est sélectionnée.

Pour afficher les fenêtres de paramétrage des 3 axes :
Cliquer sur les 3 icônes correspondants ou bien utiliser les boutons "Suivant" et "Précédent".

Le bouton "**Ajouter au Menu**" permet d'enregistrer tous les paramétrages appliqués au niveau de cette analyse (tous axes confondus). Les paramétrages de cette analyse sont ainsi stockés. Pour ouvrir l'analyse enregistrée, utiliser la barre de menu horizontale.

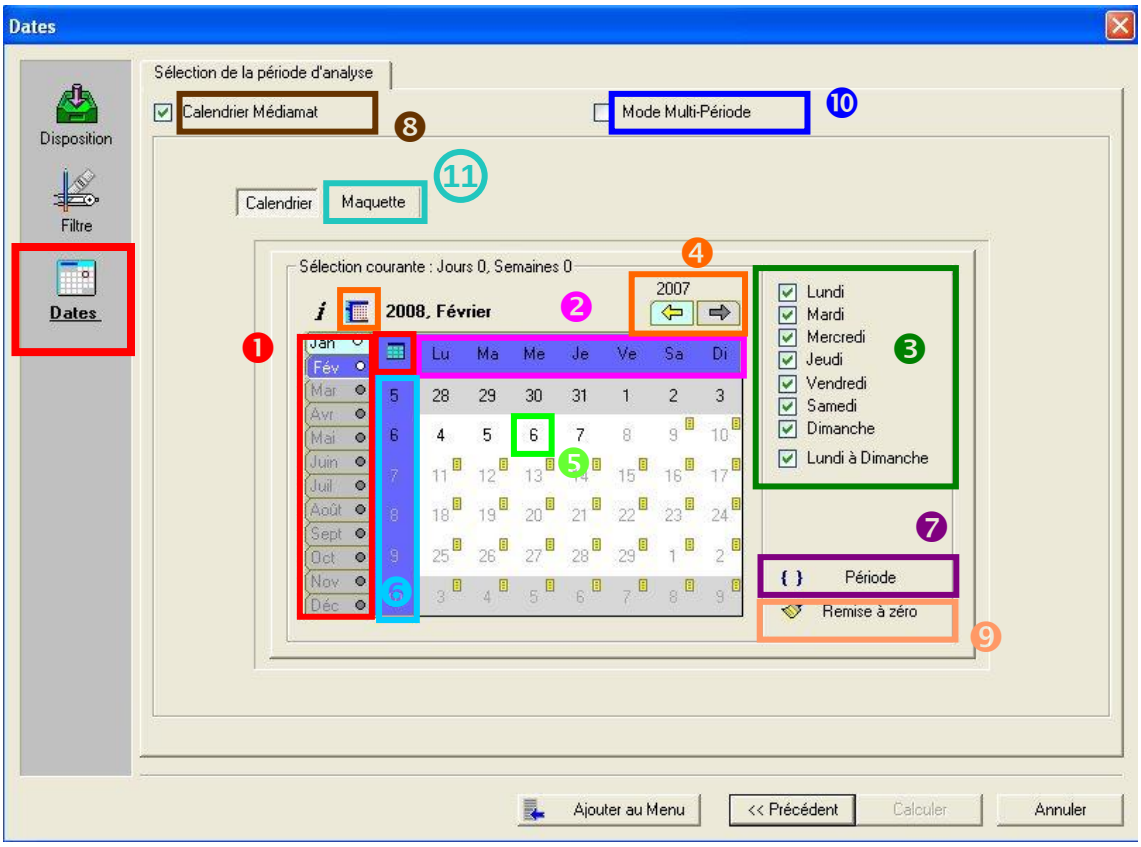
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Toutes les analyses enregistrées à partir de l'option "Ajouter au Menu", apparaissent dans la liste "Analyses Standard Utilisateur" (ici "Mon Analyse TDI" par exemple).

3.1.1. Axe "Dates"



Valeur par défaut : Aucune

26 Disponibilité des modes d'audiences :

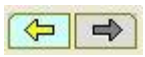
- Les données d'audience « *Audience Veille* » ne sont pas disponibles (= J-1 non chargé)
- Les données d'audience « *Audience Consolidée* » ne sont pas disponibles (= les 7 derniers jours glissants).

❶ Déplacement mois par mois à l'aide des onglets + Sélection d'un mois avec

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

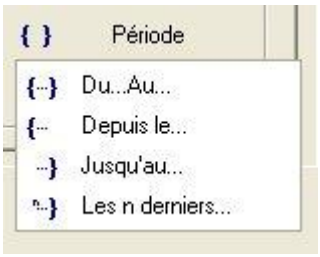
❷ Sélection par jour nommé (du mois affiché uniquement)
❸ Sélection par jour nommé (pour l'ensemble de la période)

❹ Déplacement année par année avec  + Sélection d'une année avec

❺ Sélection par jour daté

❻ Sélection par semaine

❼ En cliquant sur le bouton "**Période**", le menu suivant apparaît :



Sélection de l'option "**Du…Au…**"

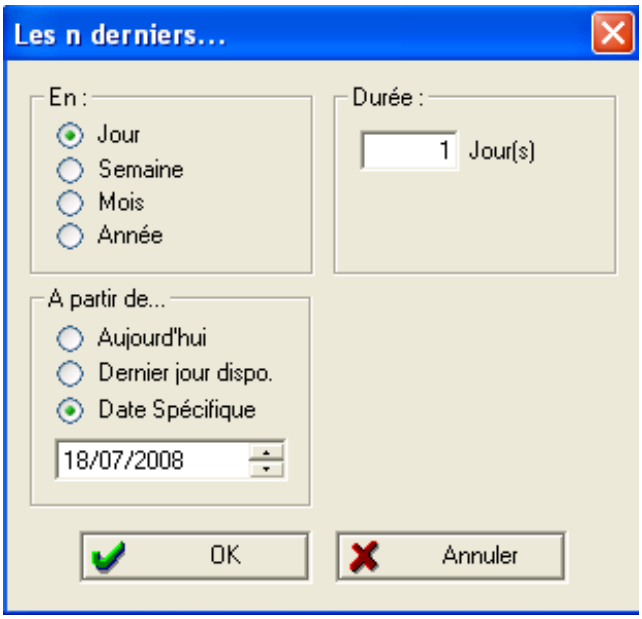
Sélection de l'option "**Depuis le…**"

Sélection de l'option "**Jusqu'au…**"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sélection de l'option "**Les n derniers…**"



Cette dernière option permet de sélectionner une période relative exprimée en jour, semaine, mois ou année. Entrer la durée souhaitée (ici 1 jour). En appliquant cette sélection, le calendrier se mettra automatiquement à jour en fonction de trois critères possibles « **A partir de…** » :
- Aujourd'hui
- Dernier jour disponible en base (en France J-1)
- Date Spécifique (entrer une date de son choix)

❽ Par défaut, le calendrier proposé est le calendrier Médiamat. Si l'utilisateur sélectionne un mois ou une année, la période sélectionnée correspondra à une période Médiamat.
Une période Médiamat porte toujours sur une semaine complète (du lundi au dimanche). Si plus de 4 jours d'une semaine appartiennent à la période précédente ou suivante la semaine entière sera attribuée à la période suivante ou précédente.
Ex : Sélection du mois de juin 2007 Médiamat :
Mai - Semaine 22 : Du lundi 28/05 au dimanche 03/06
↳ 1er lundi du mois juin : 04/06/2007
Juillet - Semaine 23 : Du lundi 02/07 au dimanche 08/07
↳ Dernier dimanche du mois juin : 01/07/2007

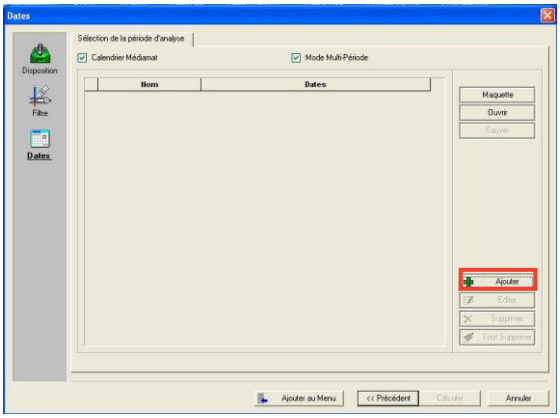
=> Juin 2007 Médiamat : Période du 04/06/2007 au 01/07/2007.

Il est possible de travailler en mode calendaire pour cela décocher la case "**Calendrier Médiamat**".

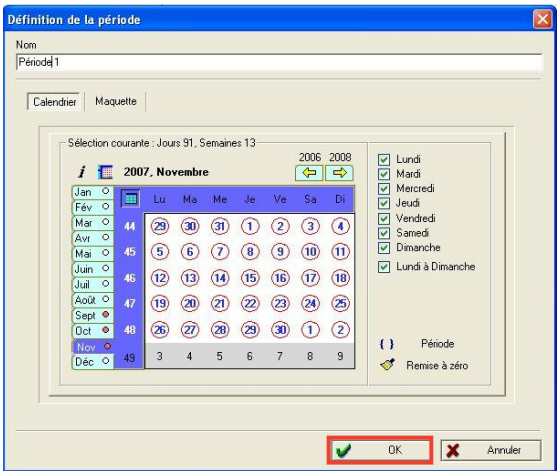
❾ Pour annuler la sélection courante, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

❿ Mode "**Multi-Période**"
1- Cocher la case "Mode Multi-Période"
2- La fenêtre suivante apparaît :

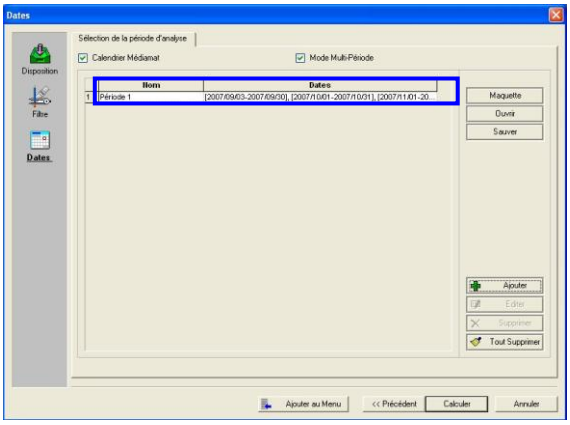
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



3- Cliquer sur le bouton "Ajouter" pour créer les différentes périodes souhaitées, la fenêtre suivante apparaît :



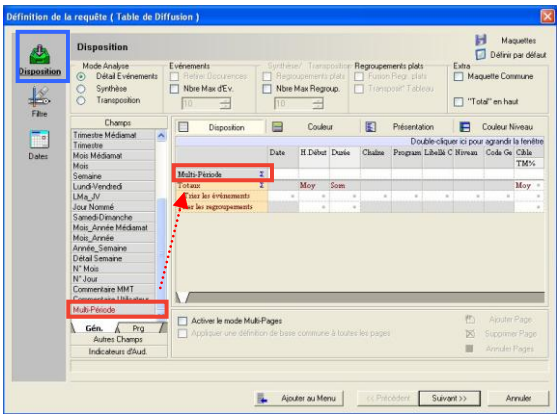
4- Entrer un nom pour cette période (dans cet exemple "Période 1") et sélectionner les jours souhaités à l'aide du calendrier proposé (du 03/09/2007 au 02/12/2007).
5- Cliquer sur le bouton "OK"
6- La période "Période 1" apparaît dans le tableau récapitulatif.



7- Pour ajouter d'autres périodes, renouveler les étapes 3 à 5 décrites ci-dessus.
8- Une fois, les différentes périodes créées, cliquer sur l'axe "Disposition" et placer le champ "Multi-Période" (Volet "Champs" > Onglet "Gén.") dans le tableau de résultats.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

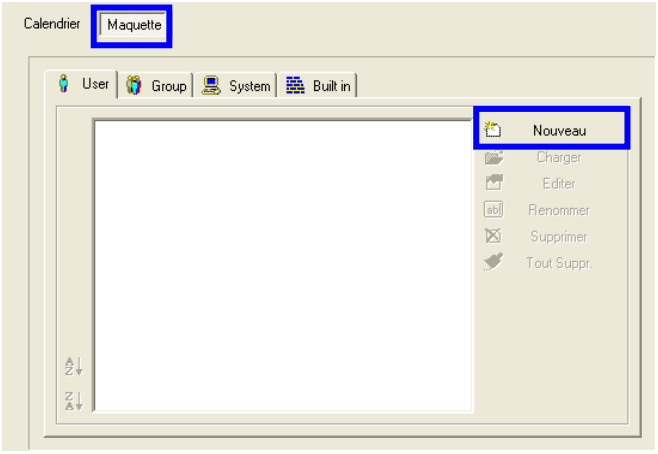
Mediametrie



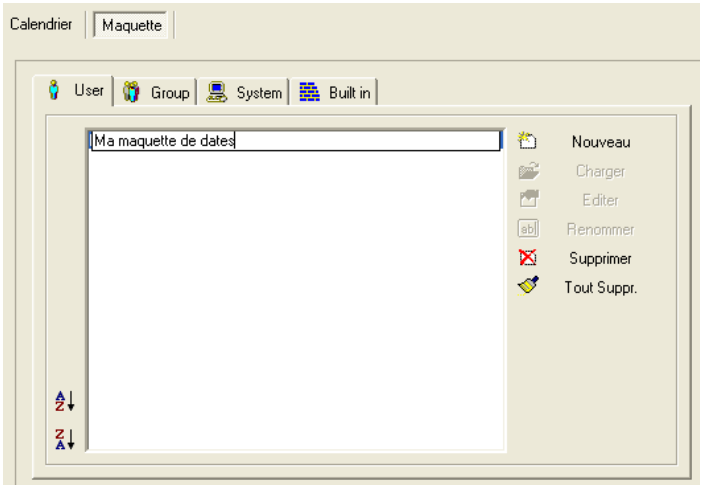
Ici, le champ "Multi-Période" a été placé en ligne dans le tableau de résultats afin d'appliquer un regroupement par période définie précédemment.

11 Maquette de dates

Cliquer sur l'onglet « **Maquette** », la fenêtre suivante apparaît :



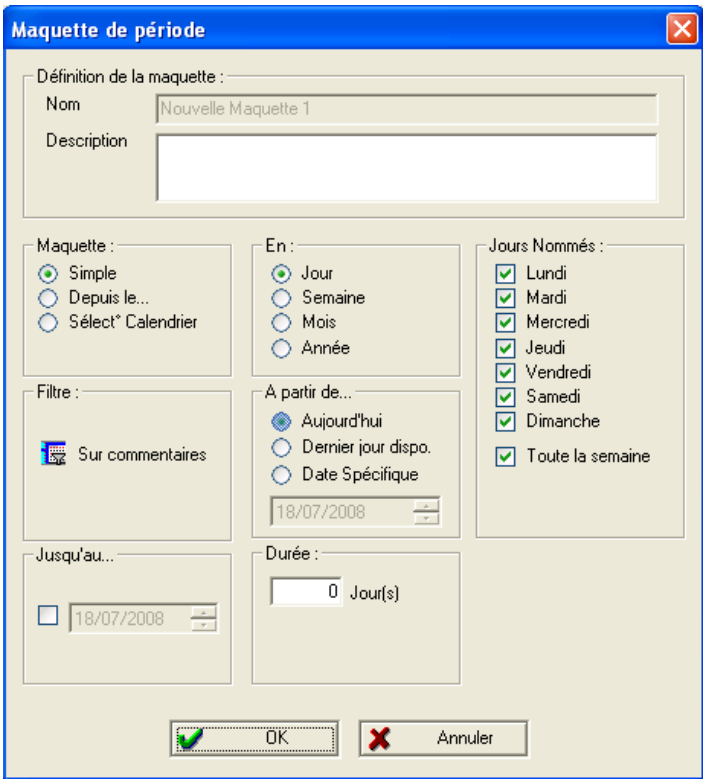
Pour paramétrer une maquette de dates, cliquer sur « Nouveau »



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

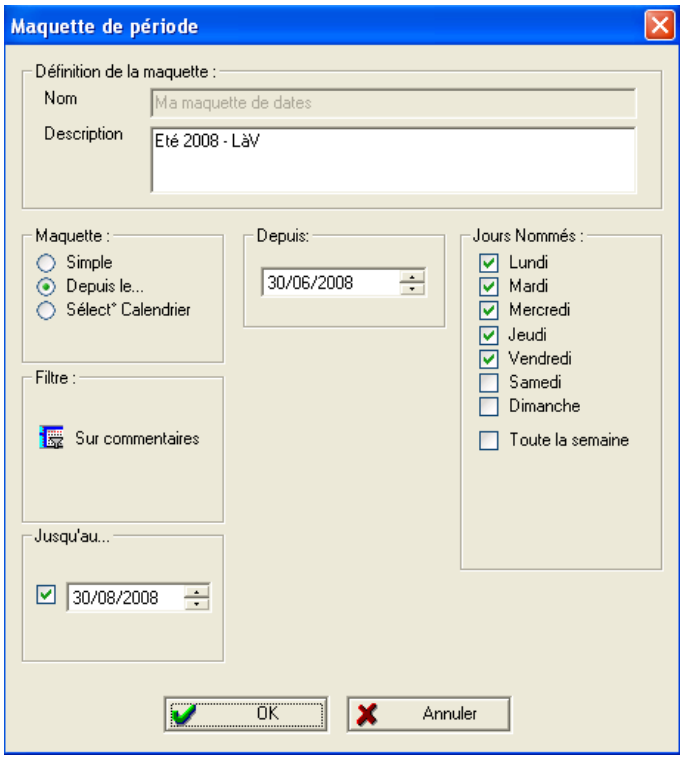
Mediametrie

Entrer un nom de maquette, la fenêtre suivante apparaît :



- Entrer un commentaire pour décrire le contenu de la maquette (facultatif)
- Sélectionner le type de maquette souhaité :
- Simple (exemple ci-dessus)
- Depuis le…

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



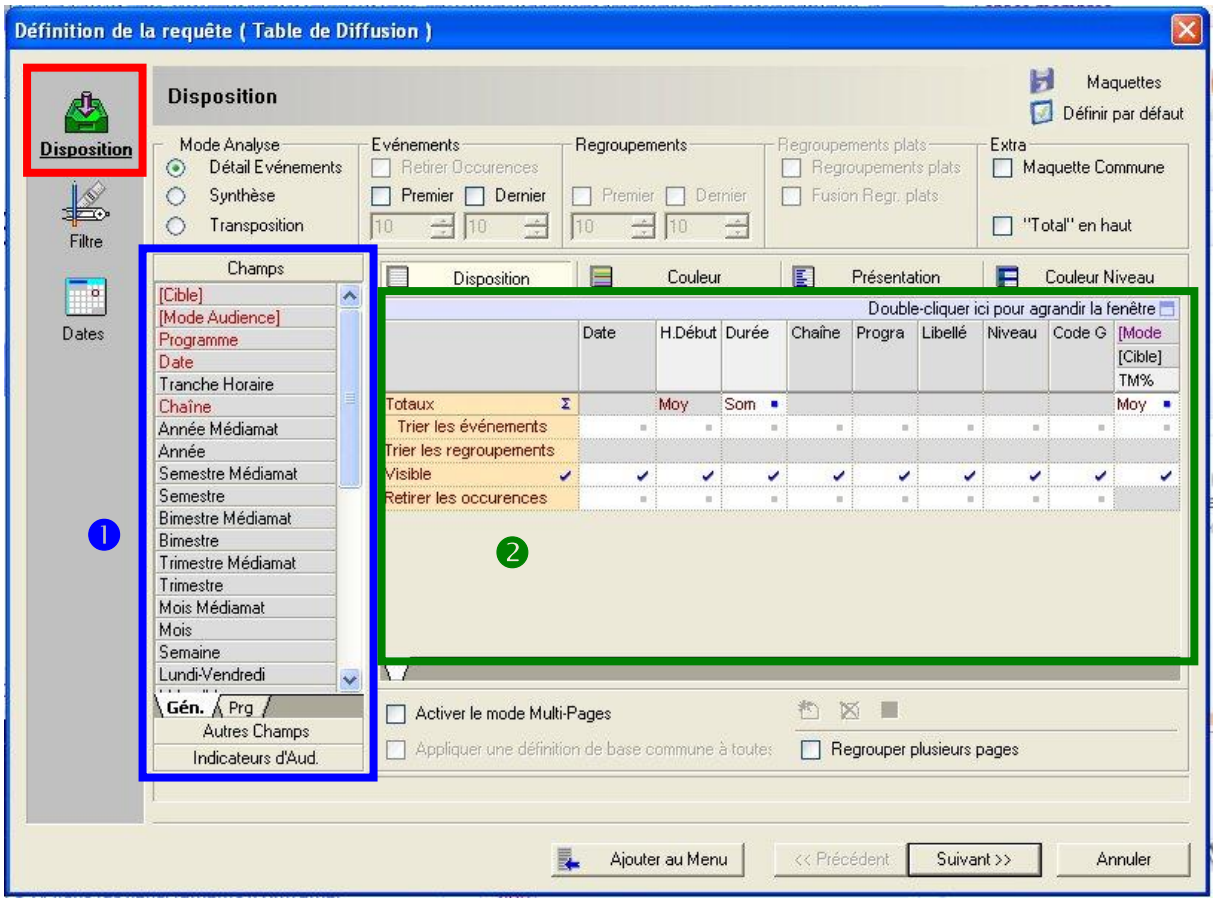
Dans l'exemple ci-dessus, le paramétrage appliqué permet de créer une **période incrémentale** :

Maquette créée le 01/07/2008
Date de Début : 30/06/2008 (Depuis)
Date de Fin : 30/08/2008 (Jusqu'au…) => il s'agit d'une date dans le futur
=> Le 18/07, cette analyse comportera les données du 30/06 au 17/07
=> Le 29/08, cette analyse comportera les données du 30/06 au 28/8
=> Le 01/09, cette analyse comportera les données du 30/06 au 30/08
…

- Sélection Calendrier (option actuellement inactive)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.1.2. Axe "Disposition"



Cet axe permet de paramétrer la disposition du tableau de résultats.

Médiamétrie propose une disposition par défaut qui peut être modifié par l'utilisateur voire remplacé par une autre disposition par défaut.

> Les différents champs disponibles se trouvent dans la zone de paramétrage ❶ (Accordéon)

3 types de champs disponibles :
- Champs 2 onglets : Gén. (Général) et Prg (Programme)
- Autres Champs
- Indicateurs d'Aud. Indicateurs d'Audience (CF Annexe 1 du Guide Utilisateur)

Pour passer de l'un à l'autre, cliquer sur la barre souhaitée de l'accordéon, le champ correspondant est alors déplié, les différents champs possibles sont alors visibles.

> Mode de placement des champs dans le tableau de résultats

Pour placer des champs dans le tableau de résultats, il suffit de sélectionner (clic gauche) le champ dans l'accordéon puis de glisser et déposer ce champ à l'endroit souhaité (clic gauche maintenu).
- Les différents champs peuvent être placés en ligne, en colonne ou en onglet dans le tableau de résultats ❷
- Un champ apparaît en rouge dans la liste dés lors qu'il est placé dans le tableau de résultats.
- Un même champ peut être placé plusieurs fois (ex : En colonne et en ligne).
- Lorsqu'un champ est placé en colonne, il constituera une information dans le tableau de résultats.
- Lorsqu'un champ est placé en onglet, l'analyse contiendra des résultats sur plusieurs pages.

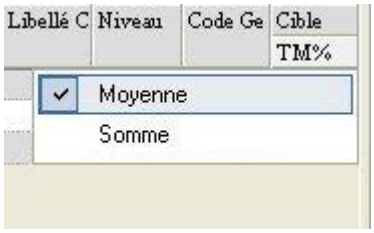
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Lorsqu'un champ est placé en ligne, les événements seront regroupés par rapport à ce champ. Chacun des regroupements contiendra une ligne "Totaux".

> Ligne "Totaux"

Elle peut proposer des résultats moyennés ou bien sommés.
Pour paramétrer la ligne "Totaux", cliquer sur les icônes "Carré" proposés au niveau de la ligne "Totaux".

Le menu suivant apparaît :



Par défaut, l'option "Moyenne" est proposée. Pour certains indicateurs, il sera possible d'appliquer une somme. C'est le cas ici pour l'indicateur d'audience TM%. La somme des TM% permet d'obtenir le GRP d'une série d'événements. (Voir Annexe 1).

Il est possible de ne pas afficher les lignes "Totaux", pour cela, cliquer sur l'icône Σ. En cliquant sur cet icône, il apparaît grisé, la ligne total n'apparaîtra pas dans le tableau de résultats.

> Ligne "Trier les événements"

Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des événements en fonction de la colonne sélectionnée.

Pour appliquer un tri, cliquer sur les icônes "Carré", le menu suivant apparaît :

En fonction du tri appliqué des flèches indiquant le mode sélectionné apparaissent.
Vous pouvez alors trier les événements en mode ascendant ou descendant.
Il est possible d'appliquer un tri secondaire. Pour cela, cliquer à nouveau sur un icône "Carré", le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

L'option "Annuler Tri" est également proposée dans ce menu.

> Ligne "Trier les regroupements"

Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des lignes de regroupement.

Dans cet exemple, le champ "Chaîne" a été placé en ligne, le tableau de résultats appliquera donc un regroupement par chaîne. Une ligne "Totaux" sera affichée pour chacun des regroupements. Le tri sur les lignes de regroupement n'est proposé que pour certaines colonnes uniquement.
Ici : Heure de Début (Heure de Début Moyenne), Durée (Durée Cumulée) et TM% (Moyenne ou Somme).

> Mode Analyse

L'option "Mode Analyse" propose 3 modes :

1- "Détail Evénements" (Analyse "Table de Diffusion" > Mode par défaut)
Ce mode est propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". Il permet de placer les champs en colonne les uns à côté des autres et d'obtenir un tableau de résultats dans lequel est affiché le détail de chacun des événements (une ligne = 1 événement).

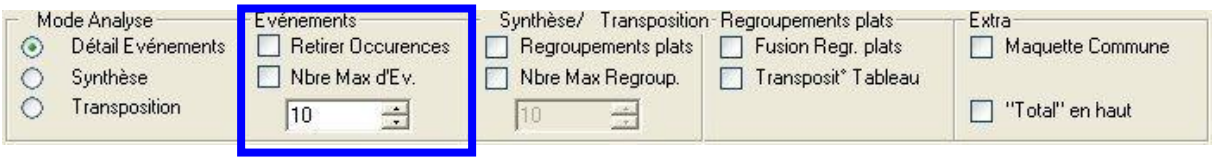
2- "Synthèse"
Ce mode est également propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". En utilisant ce mode, le tableau de résultats obtenu affiche uniquement les lignes "Totaux" (Moyenne/Somme).

3- "Transposition" (Analyse "Minute à Minute" > Mode par défaut)
Ce mode est propre à l'analyse standard "Minute à Minute". Il permet de placer les champs en colonne les uns au-dessous/dessus. Il n'est pas conseillé d'utiliser ce mode dans le cadre d'une analyse "Table de Diffusion".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Evénements



Les options "Evénements" permettent de générer des palmarès de programmes.
Pour obtenir un palmarès :
1- Appliquer un tri descendant sur l'indicateur d'audience souhaité.
2- Appliquer l'option "Nbre Max d'Ev.", le tableau de résultats ne contiendra que les événements qui auront réalisé les n meilleures performances (valeur par défaut : 10).

Ex : Palmarès des 10 meilleures séries TV toutes chaînes confondues sur le mois de septembre 2007.

Données en entrée :

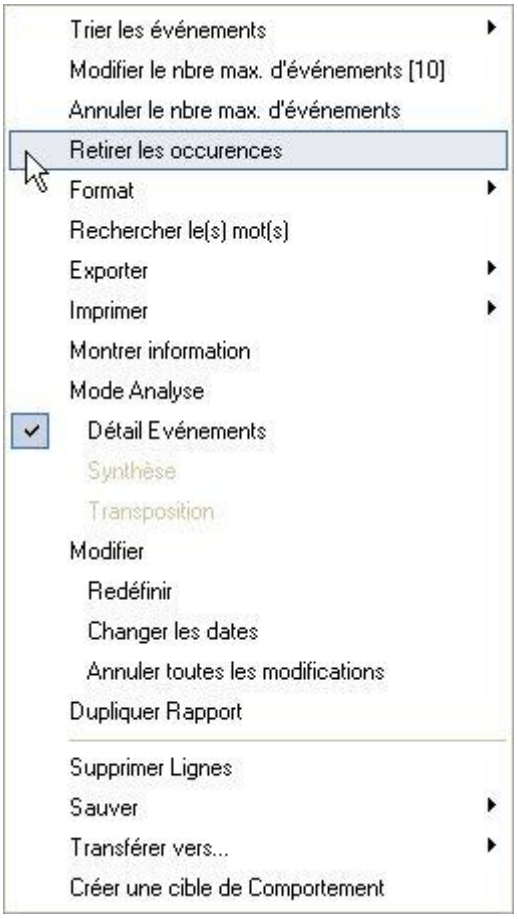
Dates :	Mois de septembre Médiamat 2007
Cibles :	Individus de 4 ans et +
Chaînes :	Toutes les chaînes hertziennes
Tranches Horaires :	03H00-27H00
Indicateurs :	TM%
Programmes :	Emissions de genre "Fiction"
Options de Disposition :	Tri descendant sur TM% + Nbre Max d'Ev. = 10

Tableau de résultats obtenu :

	Date	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	H.Début	Durée	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
1	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	MORT EN EAUX TROUBLES	1	ACA	20:56:10	00:44:05	18.4
2	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	SOUS LES FEUX DE LA RAMPE	1	ACA	21:40:15	00:48:19	17.0
3	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	PUBLICITE MACABRE	1	ACA	20:50:54	00:42:15	16.9
4	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	TRAIN D ENFER	1	ACA	21:33:09	00:46:03	16.0
5	18/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	CHUTE LIBRE	1	ACA	20:58:13	00:44:09	15.0
6	26/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	SANS VISAGE	1	ACA	20:57:29	00:43:34	14.8
7	17/09/2007	France 2	COLD CASE	UNE JOURNEE INOUBLIABLE	1	ACA	20:52:49	00:43:08	14.6
8	24/09/2007	France 2	COLD CASE	AU NOM DU FRERE	1	ACA	20:51:58	00:41:08	14.3
9	18/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	NE QUITTEZ PAS	1	ACA	21:42:22	00:47:27	14.3
10	26/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	TROIS KILOS DE MOINS	1	ACA	21:41:03	00:46:06	14.2
[TOTAL]							21:12:26	07:26:14	15.5

Il est possible de supprimer les éventuelles occurrences au niveau de la colonne "Programme" (pour un même programme qui pourrait apparaître plusieurs fois dans le palmarès, seule sa meilleure performance sera retenue).
Ici, "LES EXPERTS MIAMI" et "LES EXPERTS MANHATTAN" et "COLD CASE".
Pour cela, sélectionner la colonne "Programme" et appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats, le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner l'option "Retirer les occurrences", le tableau de résultats est automatiquement rafraîchi, n'apparaît maintenant que la meilleure performance de chacune des meilleures séries.

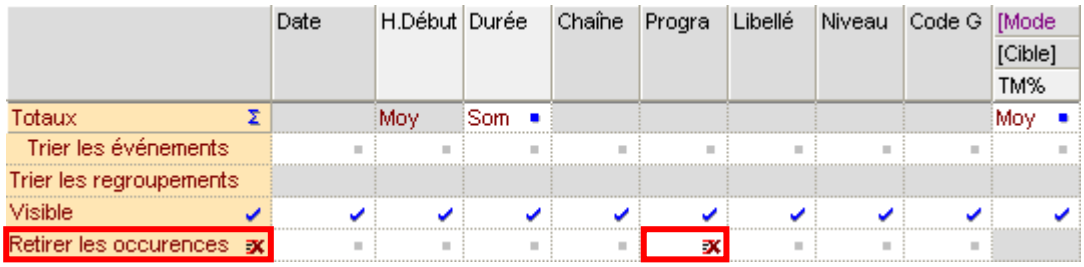
	Date	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	H.Début	Durée	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
1	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	MORT EN EAUX TROUBLES	1	ACA	20:56:10	00:44:05	18.4
2	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	PUBLICITE MACABRE	1	ACA	20:50:54	00:42:15	16.9
3	17/09/2007	France 2	COLD CASE	UNE JOURNEE INOUBLIABLE	1	ACA	20:52:49	00:43:08	14.6
4	03/09/2007	TF1	PERE ET MAIRE	POIDS PLUME	1	ACC	20:54:19	01:35:37	12.3
5	06/09/2007	TF1	SECTION DE RECHERCHES	APPARENCES	1	ACA	20:53:41	00:59:09	11.7
6	05/09/2007	TF1	ESPRITS CRIMINELS DEPARTEMENT DES SCIEN	LA QUETE 1ERE PARTIE	1	ACA	22:19:12	00:45:43	10.5
7	12/09/2007	M6	N C I S ENQUETES SPECIALES	A L AMOUR A LA MORT	1	ACA	21:40:07	00:47:43	10.0
8	13/09/2007	M6	PRISON BREAK	OTIS	1	ACC	21:38:53	00:46:34	9.3
9	26/09/2007	France 2	LOUIS PAGE	LE DON D ELSA	1	ACC	20:56:06	01:24:35	8.3
10	10/09/2007	TF1	L HOPITAL	FRAGILES - EPISODE PILOTE	1	ACC	20:54:00	00:51:03	8.3
[TOTAL]							21:11:37	09:19:52	11.7

L'icône apparaît dans l'entête de colonne "Programme" pour signifier que l'option "Retirer les occurrences" a été appliquée.
Pour annuler cette option, appliquer à nouveau un clic droit et désélectionner l'option "Retirer les occurrences".

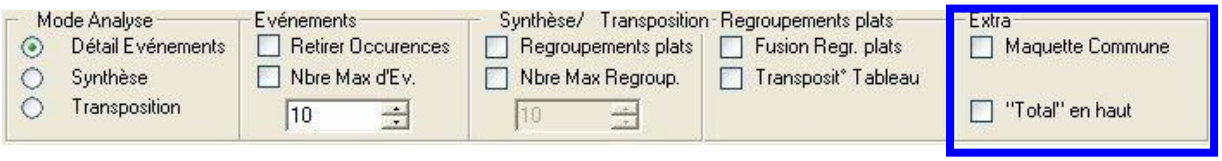
Cette opération est également disponible au niveau du paramétrage de la disposition.
Dans l'exemple, ci-dessous, l'utilisateur a retiré les occurrences au niveau de la colonne « Programme ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

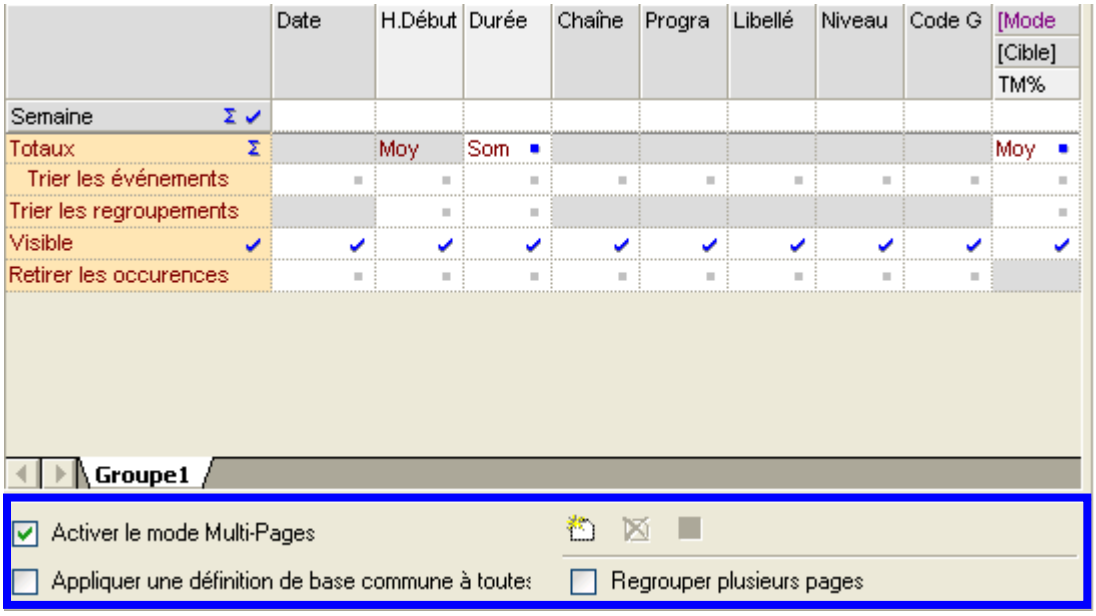


> Extra



La case à cocher ""Total" en haut" permet l'affichage des lignes "Totaux" en début de tableau et en début de regroupement comme dans l'outil Telereport. Par défaut, les lignes "Totaux" sont en effet, affichées en bas de tableau et en fin de regroupement.

> Mode Multi-Pages

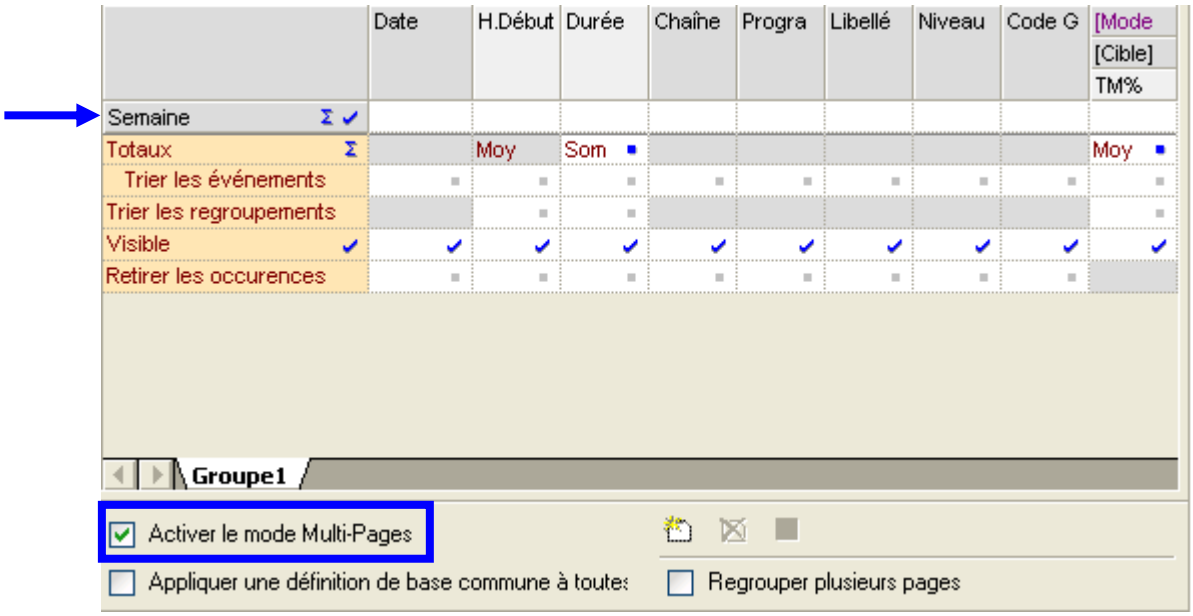


Il est possible d'appliquer plusieurs regroupements en une analyse. En effet, les différents tableaux de résultats obtenus porteront sur les mêmes filtres (filtres événements, cibles, chaînes, périodes…), seule la disposition différera.
Ex :
Données en entrée :

Date :	Mois de septembre Médiamat 2007
Cible :	Individus de 4 ans et +
Chaîne :	France 2
Indicateur :	TM%
Programme :	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE
Option de Disposition :	Mode Multi-Pages

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

1/ Placer le champ "semaine" en ligne pour obtenir un regroupement du programme TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE par semaine.



Cocher la case "Activer le mode Multi-Pages", la fenêtre suivante apparaît :

Markdata Media Workstation
Le mode Multi-Pages désactivera l'organisation de la page Souhaitez-vous continuer ?
Oui
Non

Cliquer sur le bouton OUI

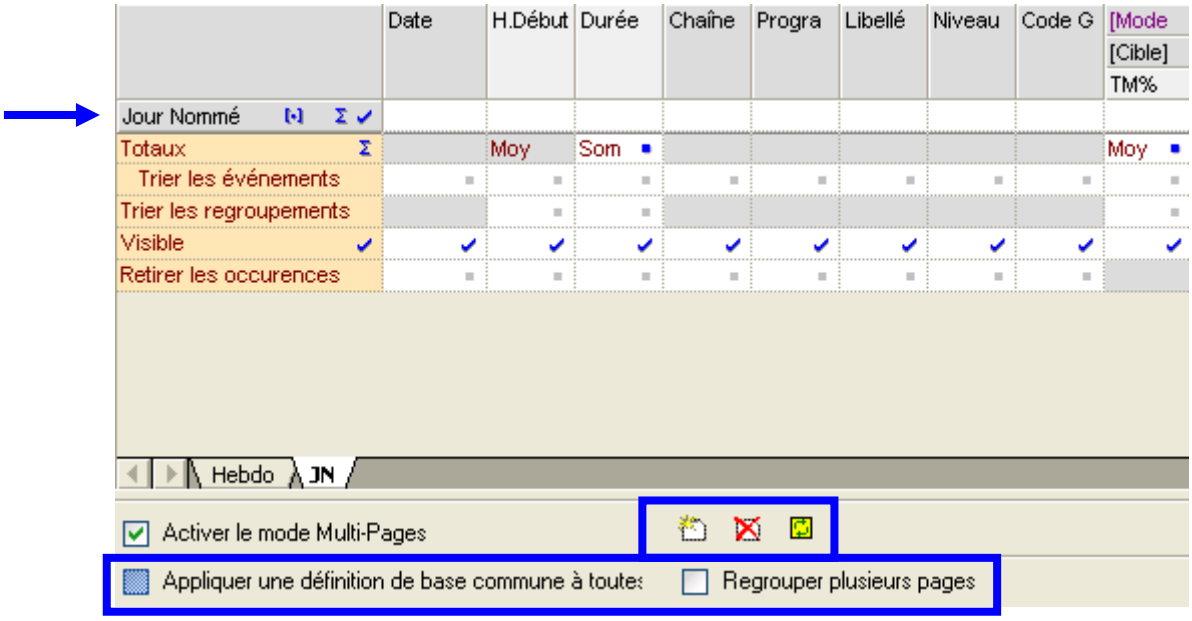
Pour donner un nom à cette première page, double-cliquer sur l'onglet "Groupe 1" et entrer alors un nom dans la boîte de dialogue proposée. Dans cet exemple "Hebdo".

Puis, cliquer sur le bouton "Ajouter Page". La boîte de dialogue "Nom Page" apparaît de nouveau, entrer alors un nom pour cette nouvelle page. Dans cet exemple "JN" pour Jour Nommé.

Une nouvelle page est créée, elle reprend les mêmes caractéristiques que celle de la première page "Hebdo", remplacer alors le champ "Semaine" par "Jour Nommé".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Pour rajouter d'autres pages, cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter Page**" .

L'option "**Appliquer une définition de base commune à toutes les pages**" permet d'appliquer un paramétrage d'options générales de disposition (Mode Analyse, Evénements, Extra…) commun à toutes les pages.

L'option "**Regrouper plusieurs pages**" permet de regrouper les tableaux de chaque onglet dans un seul et même onglet.

Il est possible à tout moment de supprimer certaines pages ("**Supprimer Page**") ou bien d'annuler le mode Multi-Pages ("**Annuler Pages**"). En utilisant cette option, seule la page sélectionnée (onglet blanc) sera conservée.

Tableaux de résultats obtenus :

L'analyse contiendra alors autant d'onglets que de pages définies. Si l'analyse est exportée, le fichier Excel contiendra tous les onglets ainsi générés.
Dans cet exemple : un premier onglet "Hebdo" proposant des regroupements par semaine et un deuxième onglet "JN" proposant un regroupement par jour nommé.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
Lundi [4 Ev.]									
1	03/09/2007	12:02:03	00:45:43	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.7
2	10/09/2007	12:02:10	00:45:26	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.7
3	17/09/2007	12:00:01	00:47:02	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.5
4	24/09/2007	12:01:40	00:45:31	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
[TOTAL]		12:01:28	03:03:42						3.6
Mardi [4 Ev.]									
1	04/09/2007	11:58:58	00:46:42	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.7
2	11/09/2007	12:01:20	00:44:47	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.3
3	18/09/2007	12:00:45	00:45:01	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	4.1
4	25/09/2007	12:00:55	00:44:54	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
[TOTAL]		12:00:29	03:01:24						3.7
Mercredi [4 Ev.]									
1	05/09/2007	12:03:22	00:44:48	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.7
2	12/09/2007	12:00:40	00:45:52	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
3	19/09/2007	12:01:23	00:46:35	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
4	26/09/2007	12:00:17	00:46:07	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
[TOTAL]		12:01:25	03:03:22						3.6
Jeudi [4 Ev.]									
1	06/09/2007	11:59:08	00:46:44	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
2	13/09/2007	11:59:50	00:44:53	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.3
3	20/09/2007	11:57:35	00:47:11	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.4
4	27/09/2007	11:58:49	00:45:46	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.2
[TOTAL]		11:58:50	03:04:34						3.4
Vendredi [4 Ev.]									
1	07/09/2007	12:00:48	00:45:47	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.6
2	14/09/2007	12:01:42	00:45:42	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.4
3	21/09/2007	12:00:21	00:46:30	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.3
4	28/09/2007	11:59:30	00:45:40	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.4
[TOTAL]		12:00:35	03:03:39						3.4
Samedi [4 Ev.]									
1	08/09/2007	11:57:05	00:47:48	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	2.9
2	15/09/2007	11:59:13	00:46:19	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.5
3	22/09/2007	11:59:31	00:46:03	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.2
4	29/09/2007	11:58:50	00:46:13	France 2	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE		1	CBB	3.5
[TOTAL]		11:58:39	03:06:23						3.3
[TOTAL]		12:00:14	18:23:04						3.5

Hebdo JN

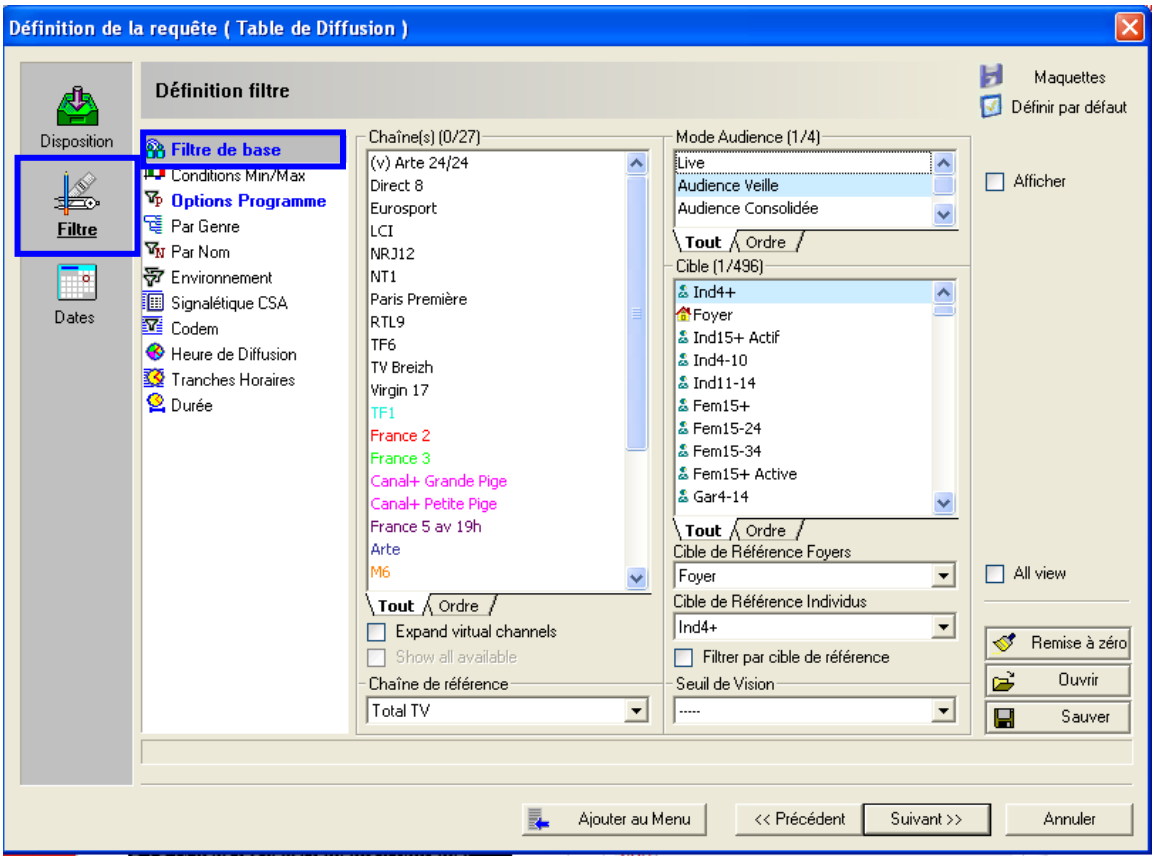
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

3.1.3. Axe "Filtre"

A NOTER
Si une sélection est appliquée (valeur par défaut ou sélection faite par l'utilisateur), le sous-axe "Filtre" apparaît en bleu et en gras dans le menu de sélection de l'axe "Filtre".

3.1.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base"



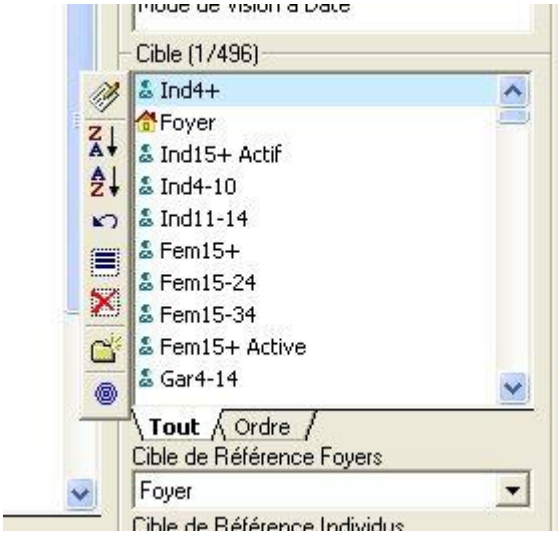
Ce filtre permet de sélectionner :

	Valeurs par défaut
- la ou les chaînes de diffusion	Toutes les chaînes hertziennes
- le ou les modes d'audience	Mode de Vision à Date
- la ou les cibles d'analyse	Individus de 4 ans et plus
- la chaîne de référence	Total TV
- la cible de référence Foyers	Foyers
- la cible de référence Individus	Individus de 4 ans et plus
- le seuil de vision	Seuil de vision prédéfini par défaut (----)

A NOTER
Les cibles dites « Utilisateur » apparaissent en bas de liste **en caractères gras.**

> La sélection des cibles et des chaînes peut être simplifiée par l'utilisation de différentes options proposées au niveau d'un menu de sélection. Ce menu apparaît dés lors que la souris est glissée sur les listes de choix "Chaîne(s)" et "Cible(s)".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Tri Ascendant et Tri Descendant

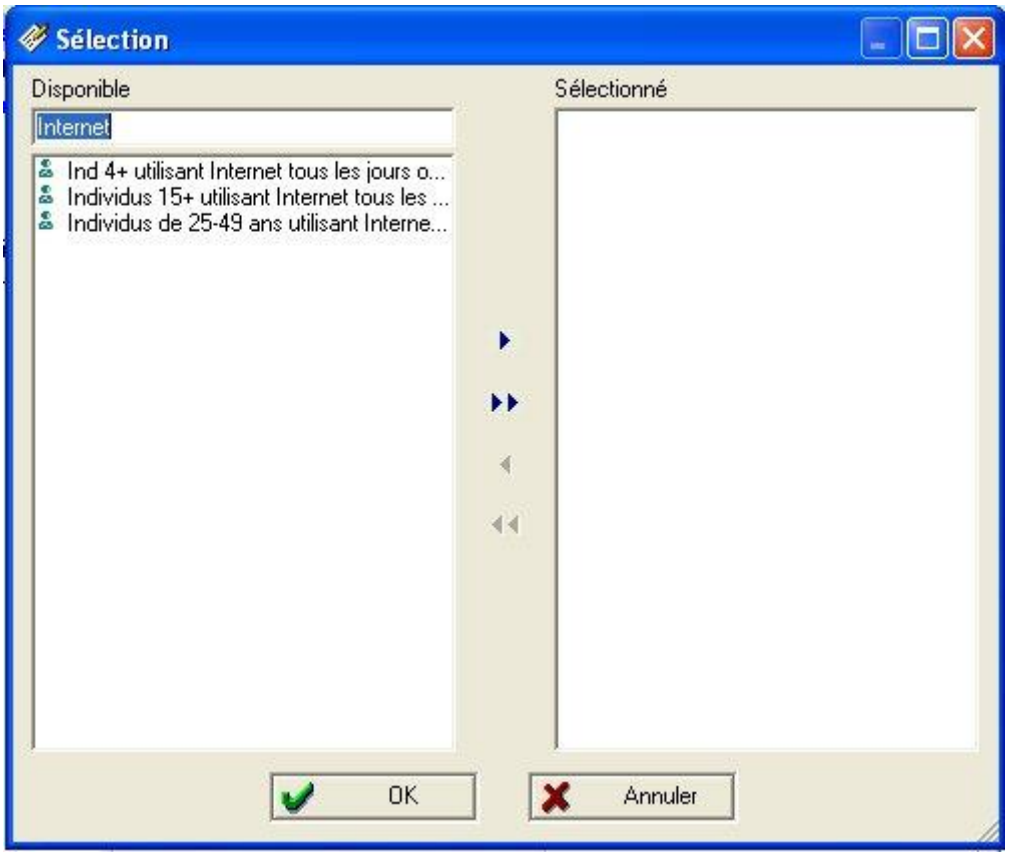
Tout Sélectionner / Tout Désélectionner

Annuler dernière action

Sélection Etendue

La fonctionnalité "Sélection Etendue" permet de filtrer la liste de choix en fonction du contenu des libellés.
En sélectionnant cette option, une nouvelle fenêtre de sélection apparaît.
Entrer alors dans la zone "Disponible" une chaîne de caractères correspondant à une partie d'un libellé de cibles.
Par exemple, recherche des cibles en rapport avec "Internet"
L'application *MMW* applique automatiquement un filtre sur ce terme et seules les cibles contenant ce terme apparaissent désormais dans la liste de choix.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner la ou les cibles sur lesquelles vous souhaitez lancer le calcul en double-cliquant sur chacune d'elles ou bien en les sélectionnant puis en cliquant sur la flèche "simple". La flèche "double" permet la sélection de toutes les cibles proposées.

A NOTER
La sélection étendue est proposée dans toutes les listes de choix de l'application *MMW*. C'est donc le cas pour les chaînes et les variables.

Groupes

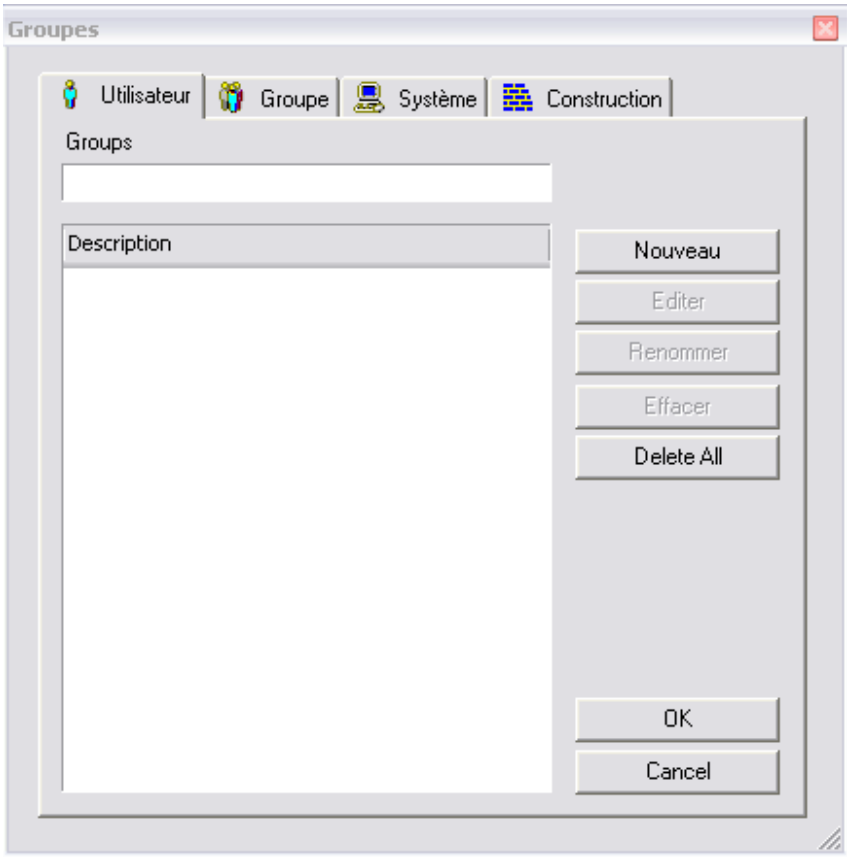
Cliquer sur cet icône, le menu suivant apparaît :

La création de groupes, permet à l'utilisateur de pré-définir des groupes de cibles ou de chaînes afin de faciliter la sélection de ces items.

A NOTER
Dans le cas des groupes de chaînes, il ne faut pas confondre « Groupes » et « Agrégats » qui peuvent être créés au niveau du module « Agrégats de chaînes ». Les groupes permettent d'obtenir des résultats sur chacune des chaînes qui composent ce groupe et non un résultat agrégé.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

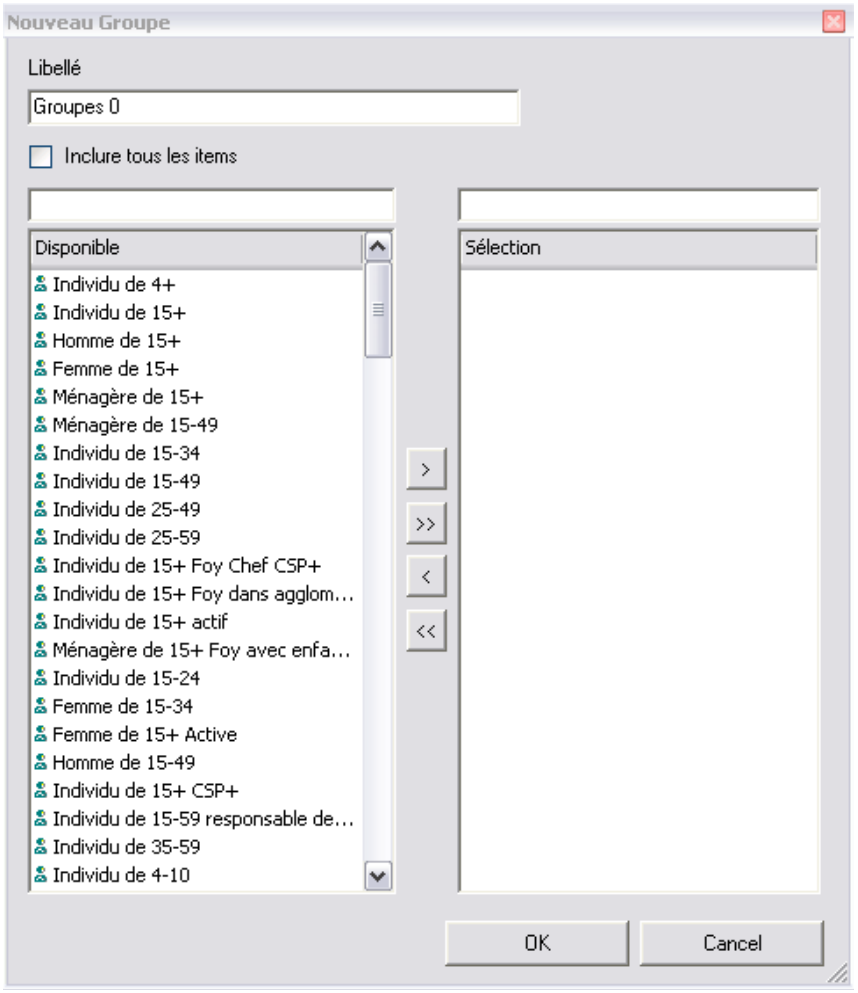
Pour créer un nouveau groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :



Cliquer alors sur « Nouveau » pour créer votre groupe, une nouvelle fenêtre apparaît :

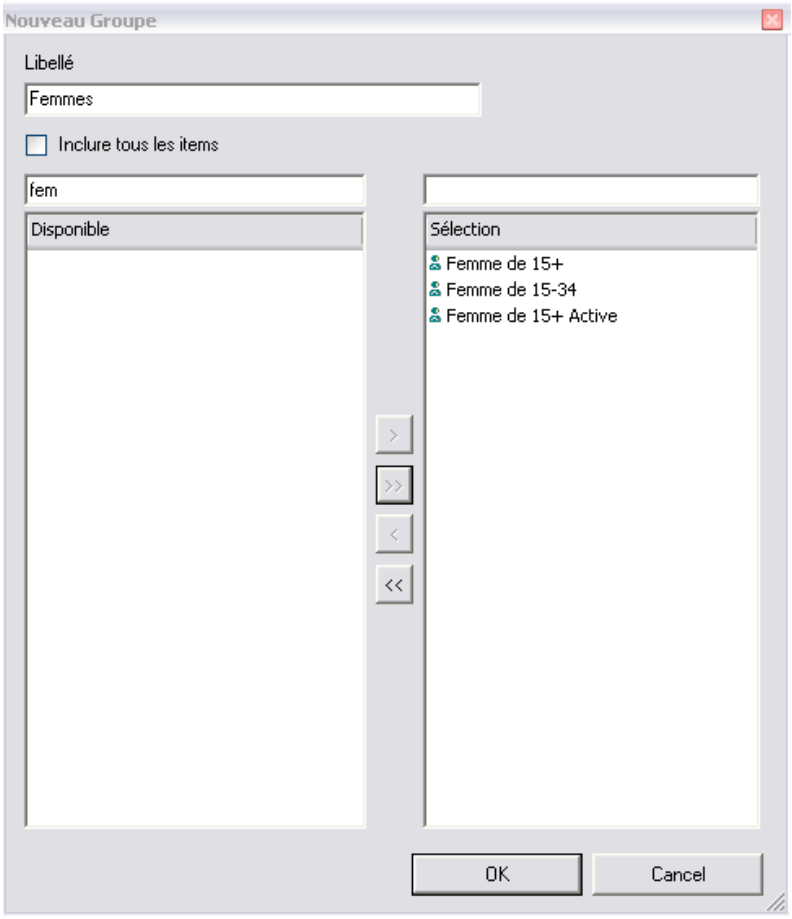
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

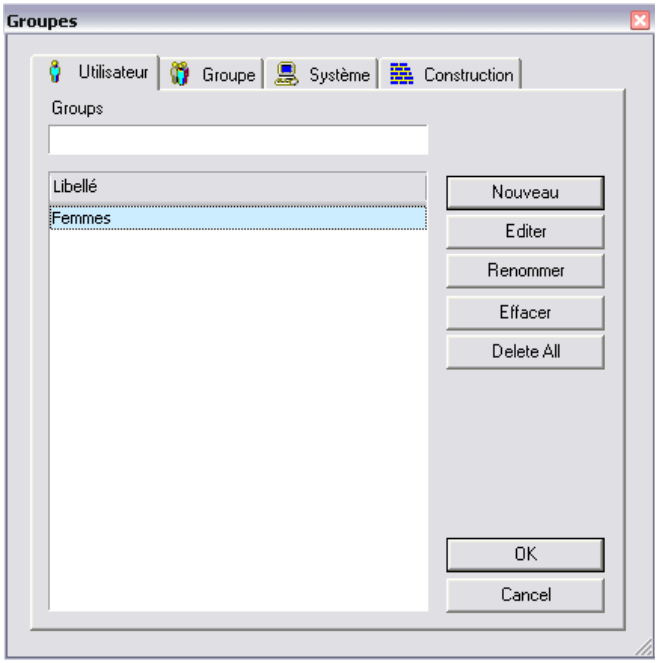


Donner un nom au nouveau groupe (dans notre exemple « Femmes »), puis sélectionner les cibles que vous souhaitez intégrer à ce groupe (à l'aide d'une recherche par chaîne de caractères si vous le souhaitez).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Puis cliquer sur « OK ».



Cliquer sur « OK » pour valider la création. Puis enfin, cliquer sur le bouton « Oui » de la fenêtre de confirmation de création.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Le nouveau groupe « Femmes » est crée, il apparaît alors dans la liste de choix :

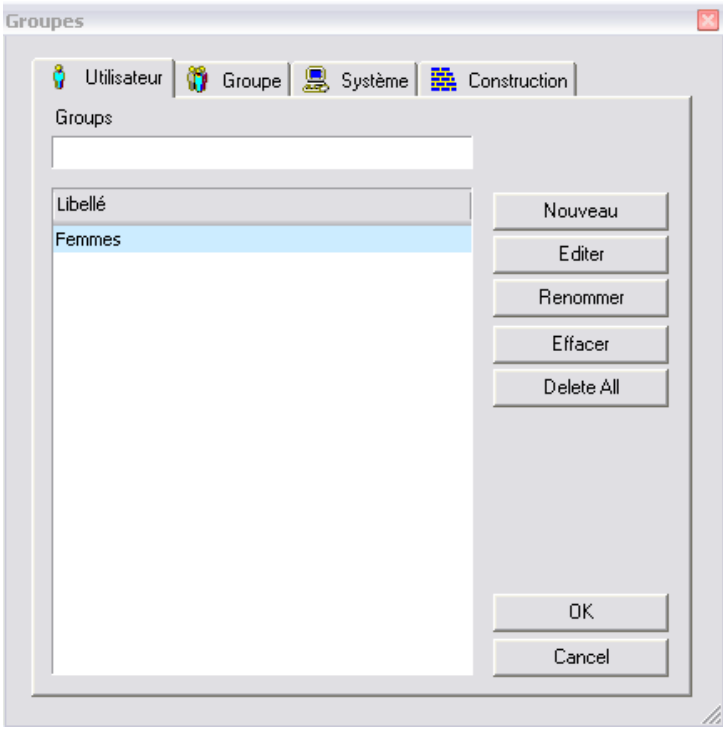
- Pour connaître sa composition, cliquer sur l'icône « + » qui apparaît devant le libellé.

- Pour sélectionner ce groupe et donc afficher les résultats d'audience correspondants à sa composition, cocher la case.

- Pour modifier, supprimer, renommer un groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



L'affichage simultané des groupes et de chacun des items n'est pas possible.
- Pour afficher les groupes, cocher l'option « Afficher Groupes » ;
- Pour afficher la liste de tous les items disponibles, décocher cette option.

Par défaut, cette option est décochée.

Lorsque l'utilisateur sélectionne un groupe puis revient au mode liste qui reprend tous les items, les items qui composent ce groupe restent sélectionnés. L'utilisateur peut alors compléter cette sélection par une sélection dite « unitaire ».

Cibles

Il est possible de créer des cibles utilisateur à partir de l'analyse « Quart d'Heure ». Il s'agit des mêmes fonctionnalités que celles proposées au niveau du module « Cibles » (Volet « Utilitaires » de la barre de raccourci) à savoir la création de cibles à partir des variables du panel ou de cibles existantes (cibles composites).

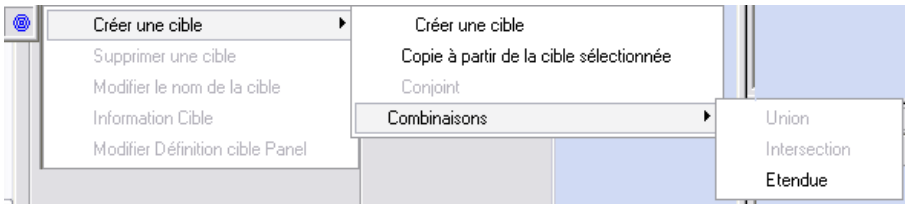
- Pour créer une cible à partir des variables du panel, sélectionner les 2 options « Créer une cible » :

- Pour créer une cible à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible » puis « Copie à partir de la cible sélectionnée » :

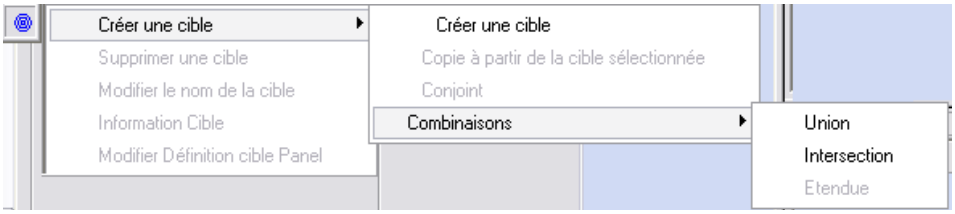
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- Pour créer plusieurs cibles à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible », puis « Combinaisons », puis « Etendue » :



- Pour créer une cible composite à partir d'au moins 2 cibles existantes, sélectionner ces cibles dans la liste de choix et sélectionner l'option « Combinaisons », puis « Union » ou « Intersection » :



Pour connaître dans le détail, les procédures de création de cibles, se référer au paragraphe 5.2. de ce manuel d'utilisation.

Toutes cibles utilisateurs créées à partir de ce menu seront automatiquement intégrées au module « Cibles ».

> Choix du mode d'audience

A partir du 3 janvier 2011, l'étude Médiamat intègre l'audience en différé. En conséquence, l'application *MMW* propose quatre modes d'audience :
- Live
- Audience Veille
- Audience Consolidée
- Mode d'Audience à Date (valeur par défaut)

➲ Live : Mode d'audience historique

➲ Audience Veille
Live + VOSDAL
VOSDAL (View on Same Day As Live) = Il s'agit d'une session d'écoute qui a un décalage de plus de 60 secondes entre la diffusion du programme et le moment de visionnage de ce programme. Cette session d'écoute est réalisée le même jour que le jour de diffusion initiale du programme.

➲ Audience Consolidée
Live + VOSDAL + Audience Différé sur les 7 jours suivants
Il s'agit de l'audience en différé (> 60 secondes) après ré-affectation sur les 7 jours consécutifs à la diffusion.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

➲ Mode de Vision à Date

Ce mode permet d'agréger (moyenne ou somme) des résultats d'audience issus de différents modes. Ce mode est nécessaire lorsque l'Audience Consolidée d'une période n'est pas encore disponible et que l'on souhaite communiquer sur un résultat moyen portant en partie sur cette même période, il est autorisé d'utiliser les différents modes faisant foi publiés à date (utilisation de toutes les Audiences Consolidées disponibles et de la ou des Audiences Veille lorsque l'Audience Consolidée n'est pas disponible).

Exemple

Lancement du calcul le Jour 15 :

		Live	Audience Veille	Audience Consolidée	Mode de Vision à Date
Jour 1	Programme A	5,0	-	-	5,0
Jour 2	Programme A	4,5	-	-	4,5
Jour 3	Programme A	8,6	-	-	8,6
Jour 4	Programme A	7,9	8,1	8,2	8,2
Jour 5	Programme A	6,5	6,9	7,0	7,0
Jour 6	Programme A	5,9	6,1	6,3	6,3
Jour 7	Programme A	4,7	4,8	4,9	4,9
Jour 8	Programme A	7,7	7,8	-	7,8
Jour 9	Programme A	6,4	6,5	-	6,5
Jour 10	Programme A	7,2	7,5	-	7,5
Jour 11	Programme A	9,1	9,2	-	9,2
Jour 12	Programme A	6,7	6,9	-	6,9
Jour 13	Programme A	5,1	5,3	-	5,3
Jour 14	Programme A	7,5	7,6	-	7,6
MOYENNE		6,6	7,0	6,6	6,8

IMP

- L'utilisateur a la possibilité de sélectionner un ou plusieurs modes d'audience et de trier l'ordre d'affichage de chacun des modes dans le tableau de résultats.
- Les cibles de type « Foyer » ne proposent de résultats d'audience sur les modes en différé (Audience Veille, Audience Consolidée et Mode de Vision à Date).

> Seuil de vision

Le seuil de vision permet de définir la notion de téléspectateur. L'application *MMW* prend en compte, par défaut, dans ses calculs tous les téléspectateurs qui ont vu au moins

- **1 seconde pour les événements diffusés <u>avant le 29/12/2008</u>**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés <u>après le 29/12/2008</u>**

de chacun de ces événements (programmes/tranches horaires). L'utilisateur a la possibilité de définir ce qu'est un téléspectateur en appliquant une condition sur la durée de vision de chacun des événements.

<u>Ex</u> : Un individu est téléspectateur s'il a vu au moins 1 minute non consécutive de chacun des événements analysés, ou bien s'il a vu au moins 25% de la durée de chacun des événements…

Le seuil de vision ne s'applique qu'aux indicateurs suivants :

- TC%
- DET
- Ass%
- STA_TC

Si dans le cadre d'une analyse, les deux indicateurs TC% et TM% sont sélectionnés et qu'un seuil de vision autre que seuil de vision par défaut est appliqué, ce dernier n'impactera que l'indicateur TC%.

Pour appliquer un seuil de vision, sélectionner un seuil de vision prédéfini au niveau du menu déroulant « Seul de Vision ». Plusieurs seuils de vision prédéfinis ont été créés par Médiamétrie :

- 1 Seconde

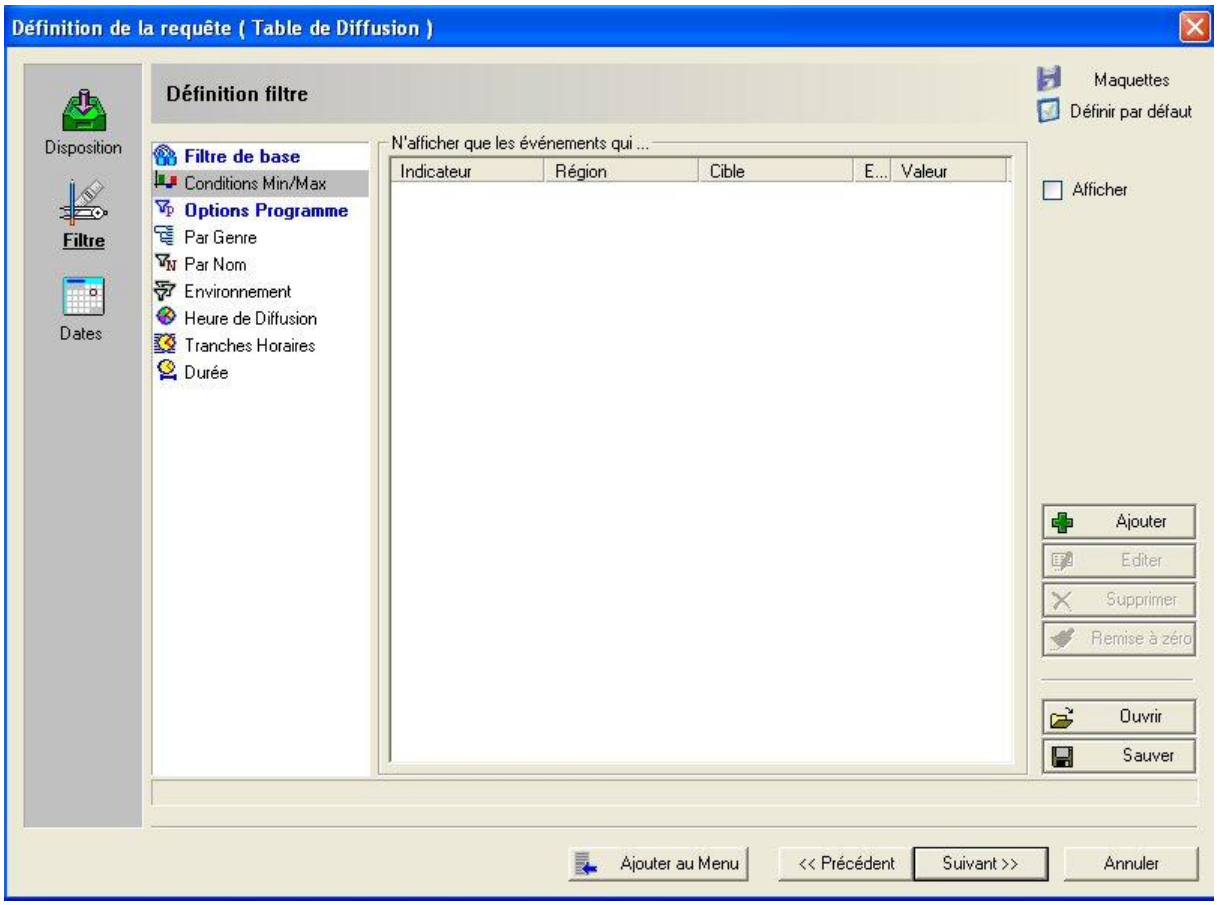
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- 10 Secondes (Consécutives)
- 60 Secondes (Non Consécutives)
- 15 Min (Non Consécutives)
- 50% (Non Consécutif)

Pour créer de nouveaux seuils de vision prédéfinis, utiliser le module « Seuil de vision prédéfini » (cf Options Générales »).

3.1.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max"

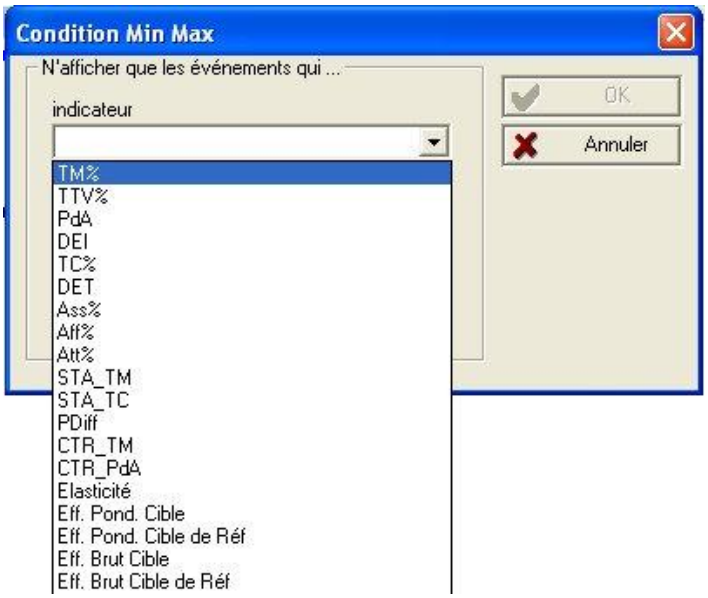


Ce sous-axe permet de filtrer les programmes affichés dans le tableau de résultats en fonction de leur résultat d'audience.

Pour appliquer une condition Min/Max, cliquer sur le bouton "Ajouter". La fenêtre suivante apparaît :

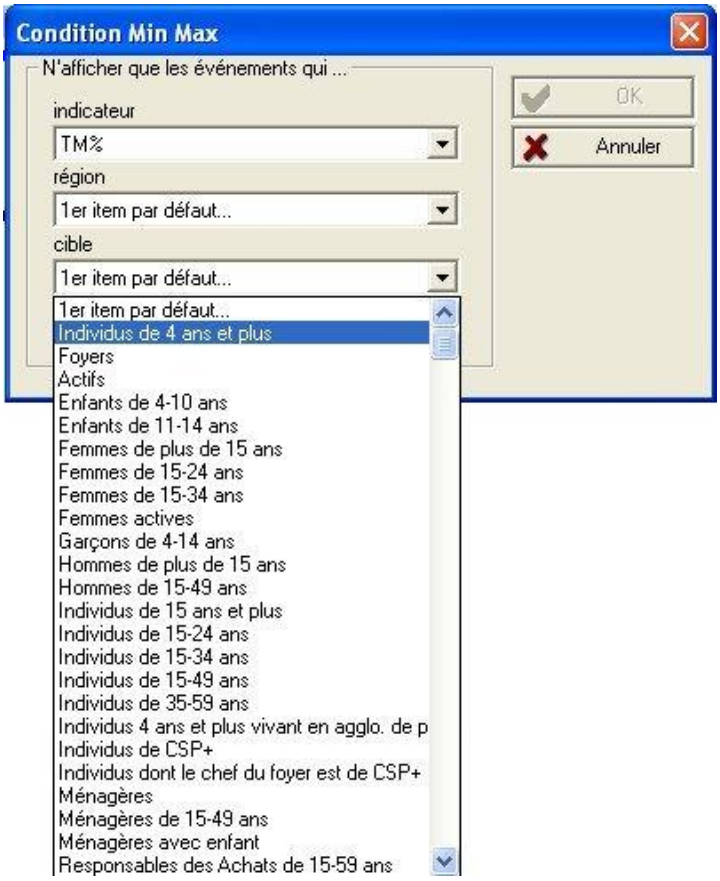
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Sélectionner un indicateur d'audience sur lequel appliquer la condition à partir du menu déroulant "indicateur" :



- Sélectionner une cible sur laquelle appliquer la condition à partir du menu déroulant "cible" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

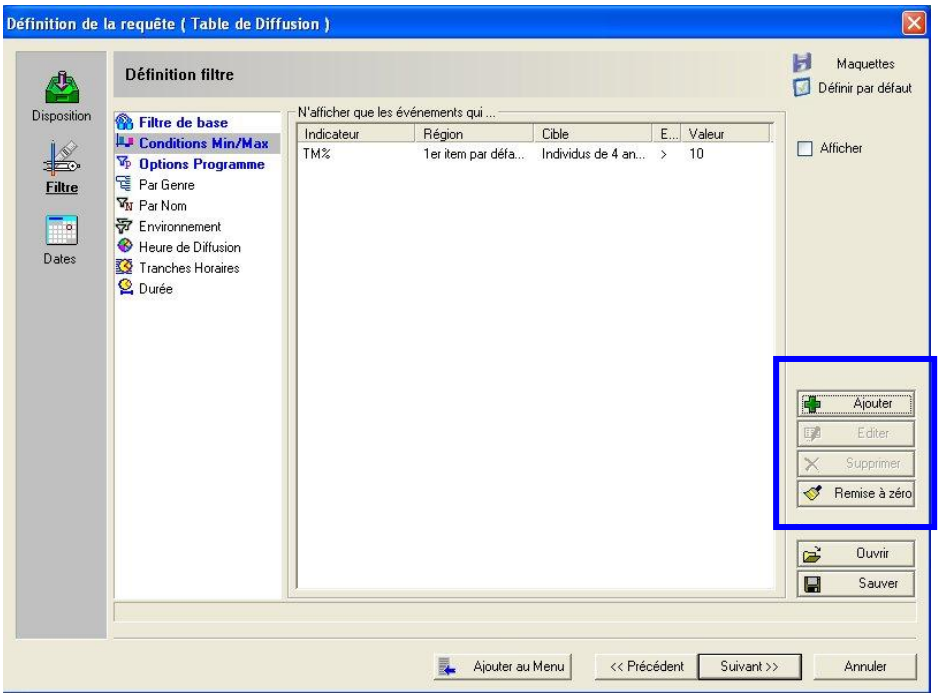


- Sélectionner la condition à appliquer à partir du menu déroulant "est…" :
"!=" correspond à l'option "différent de…"

Puis appliquer une valeur à cette condition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Puis cliquer sur OK pour valider cette condition minimale.
Le sous-axe "Condition Min/Max" est alors renseigné comme ci-dessous



- Il est possible d'ajouter une nouvelle condition Min/Max, pour cela cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter**".

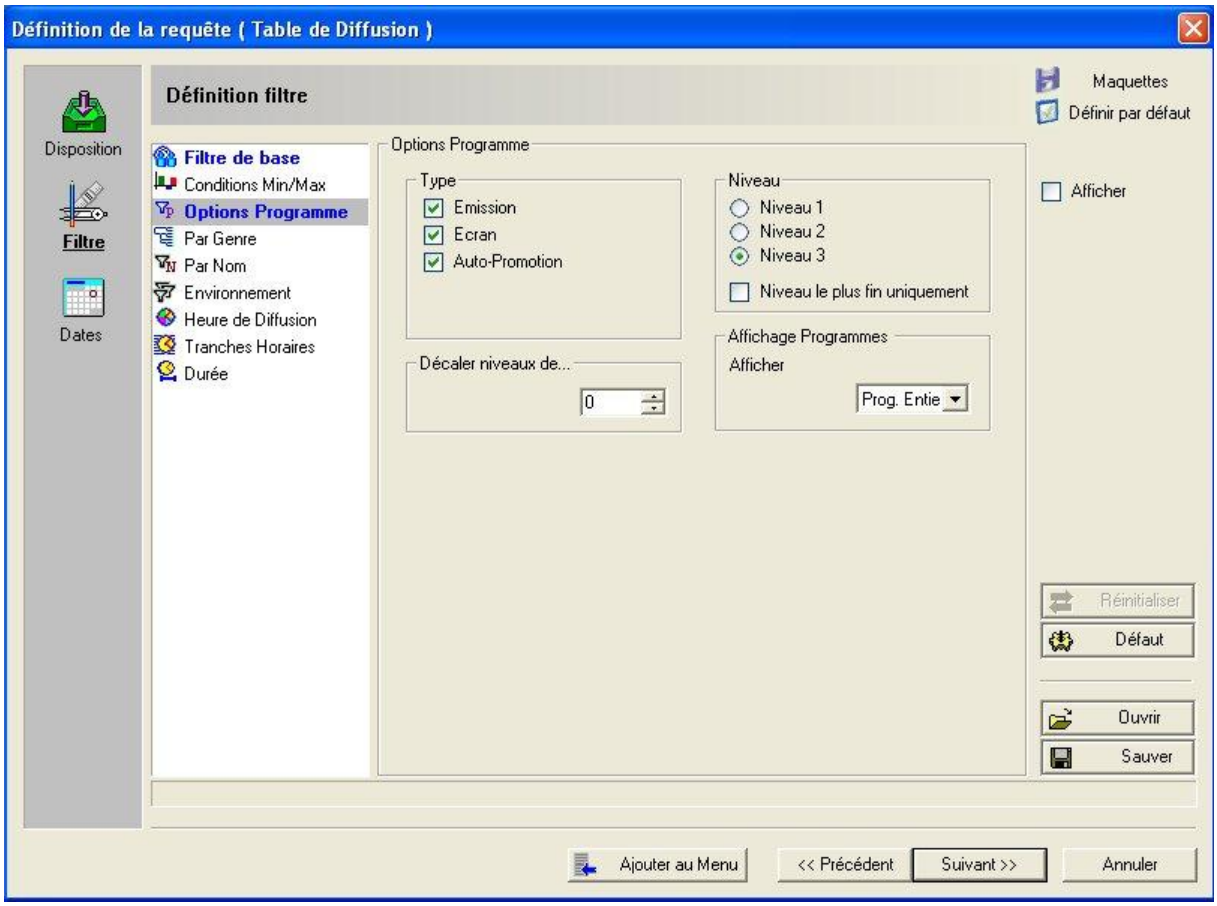
- Pour modifier une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Editer**".
- Pour supprimer une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Supprimer**".

- Pour supprimer toutes les conditions appliquées, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

A NOTER :
La sélection des événements affichés dans le tableau de résultats correspondra aux différentes conditions Min/Max appliquées.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.1.3.3. Sous-Axe "Options Programme"



> Type

Par défaut, les trois types de programmes sont sélectionnés :
- Emission
- Ecran (Publicitaire)
- Auto-promotion (Bande-Annonce)

> Niveau

- Par défaut, le tableau de résultats comprendra tous les programmes quel que soit leur niveau de diffusion et donc jusqu'au niveau 3. La sélection du radio-bouton "Niveau 3" correspond à la prise en compte des programmes de niveaux 1, 2 et 3.
- L'option "Niveau le plus fin uniquement" permet de n'afficher que les programmes de niveaux 2 ou 3 sans afficher les programmes de niveaux supérieurs.

Ex : Soirée "Lundi Cinéma" sur M6 (Mai et septembre 2007) et sélection jusqu'au niveau 2.

1/ Tableau de résultats obtenu sans option " Niveau le plus fin uniquement"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
1	07/05/2007	20:50:11	03:13:40	M6	LUNDI CINEMA		1	A	4.3
2	07/05/2007	20:50:36	01:26:55	M6	DOUBLE ZERO		2	AAA	5.5
3	14/05/2007	20:54:14	03:27:15	M6	LUNDI CINEMA		1	A	5.3
4	14/05/2007	20:54:39	01:45:10	M6	OUT OF TIME		2	AAB	6.2
5	03/09/2007	20:53:11	05:34:16	M6	LUNDI CINEMA		1	A	3.4
6	03/09/2007	20:53:37	01:33:49	M6	MEN IN BLACK		2	AAD	8.1
7	10/09/2007	20:51:56	03:03:01	M6	LUNDI CINEMA		1	A	5.4
8	10/09/2007	20:52:21	01:24:10	M6	MEN IN BLACK II		2	AAD	9.0

2/ Tableau de résultats obtenu avec option " Niveau le plus fin uniquement"

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
1	07/05/2007	20:50:36	01:26:55	M6	DOUBLE ZERO		2	AAA	5.5
2	14/05/2007	20:54:39	01:45:10	M6	OUT OF TIME		2	AAB	6.2
3	03/09/2007	20:53:37	01:33:49	M6	MEN IN BLACK		2	AAD	8.1
4	10/09/2007	20:52:21	01:24:10	M6	MEN IN BLACK II		2	AAD	9.0

> Affichage Programmes

Par défaut, seuls les programmes entiers sont affichés dans le tableau de résultats. Pour afficher uniquement les parties de programme (début, suite) dans le tableau de résultats, sélectionner le type « Parties de programmes ».
Pour afficher les parties de programme et les programmes entiers, sélectionner l'option « Tout ».

> Décaler niveaux de…

Cette option permet de faciliter la lecture du tableau de résultats en décalant de n caractères le libellé principal du programme (colonne « Programme »)

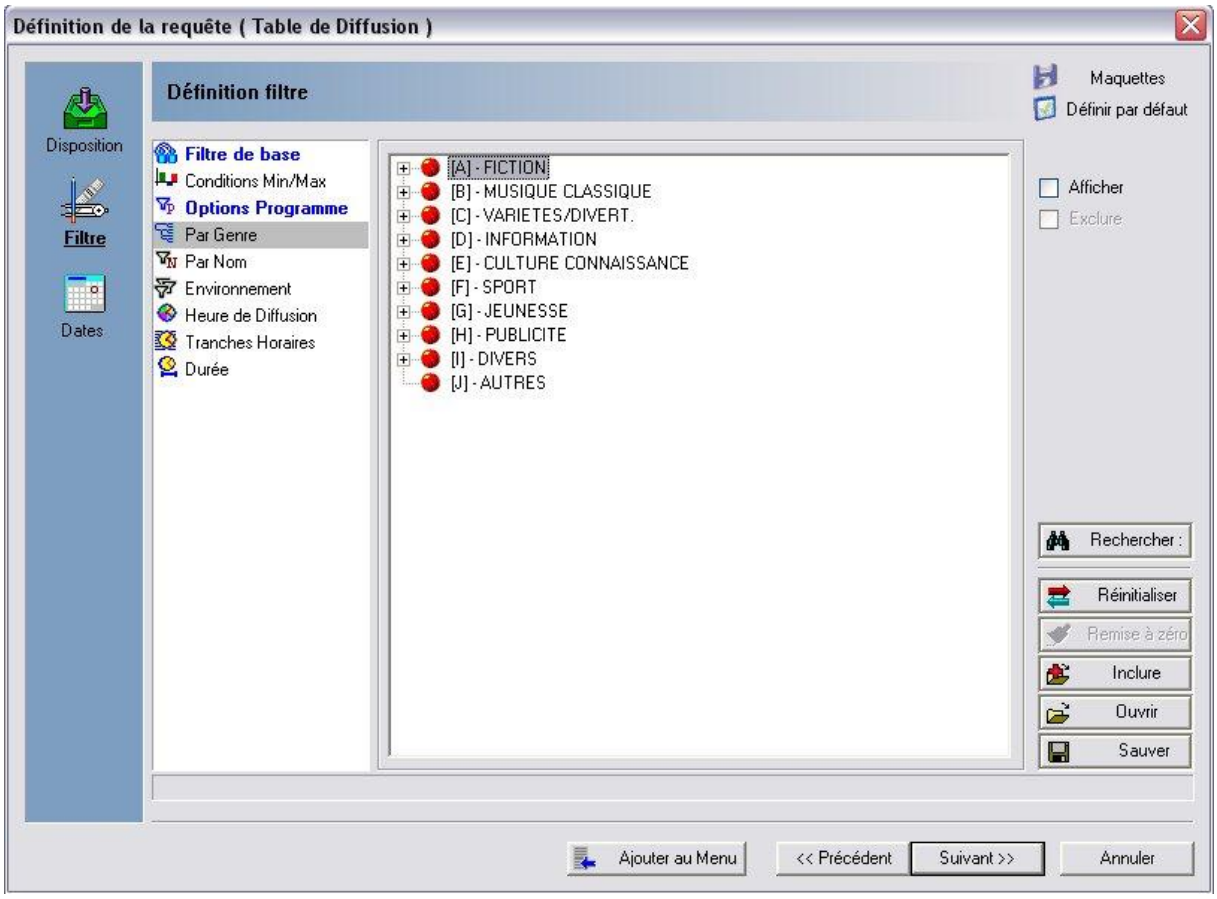
Ex : Décalage de 3 caractères à chaque niveau

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
1	09/06/2007	20:55:17	03:11:29	M6	LA TRILOGIE DU SAMEDI		1	A	3.7
2	09/06/2007	20:55:17	00:00:10	M6	LA TRILOGIE DU SAMEDI (DEBUT)		2	A	3.2
3	09/06/2007	20:55:27	00:44:35	M6	SMALLVILLE	L HOMME D ACIER	2	ACC	4.0
4	09/06/2007	20:55:27	00:30:52	M6	SMALLVILLE (DEBUT)		3	ACC	4.0
5	09/06/2007	21:26:19	00:06:27	M6	PUB M6 21H30		3	HA	3.7
6	09/06/2007	21:32:46	00:07:16	M6	SMALLVILLE (SUITE)		3	ACC	4.4
7	09/06/2007	21:40:02	00:00:07	M6	LA TRILOGIE DU SAMEDI (SUITE)		2	A	4.5
8	09/06/2007	21:40:09	00:46:04	M6	SMALLVILLE	MANIPULATION	2	ACC	4.6
9	09/06/2007	21:40:09	00:13:10	M6	SMALLVILLE (DEBUT)		3	ACC	4.8
10	09/06/2007	21:53:19	00:06:28	M6	PUB M6 21H60		3	HA	3.8
11	09/06/2007	21:59:47	00:26:26	M6	SMALLVILLE (SUITE)		3	ACC	4.7

3.1.3.4. Sous-Axe "Par Genre"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Par défaut, l'application *MMW* prend en compte tous les genres de programme. L'utilisateur peut appliquer des filtres par genre.
Le sous-axe « Par Genre » propose une arborescence avec 3 niveaux de genre. Cliquer sur « + » pour déplier les différents niveaux puis sélectionner le ou les genres à filtrer.
Pour sélectionner des genres de programmes, sélectionner le libellé du genre puis valider votre choix à l'aide de la barre d'espace du clavier ou bien double-cliquer sur la pastille correspondante. Dans les deux cas, la pastille devient verte.
Si un genre est sélectionné, seul ce genre sera affiché au niveau du tableau de résultats.

> L'option « **Exclure** » permet l'opération inverse, exemple : Afficher tous les programmes sauf les programmes de genre « sport ». Pour appliquer ce filtre sélectionner le genre « sport » (sa pastille est verte) et cochée la case « Exclure ». Le tableau obtenu contiendra tous les programmes sauf les programmes de sport.

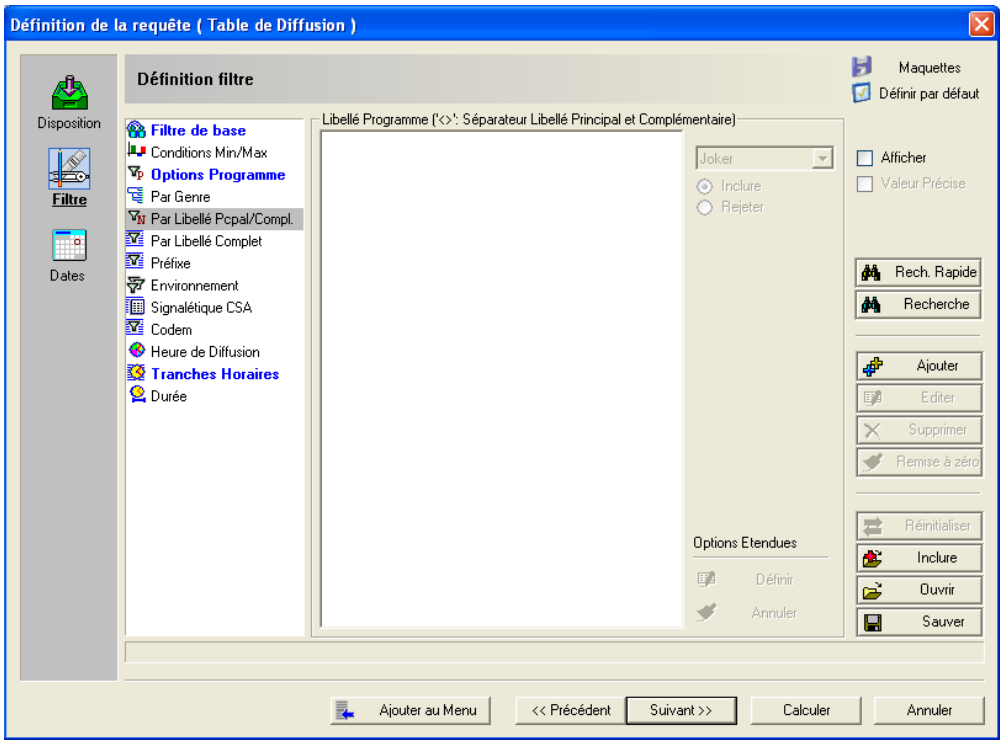
> Bouton « **Rechercher** » : permet de rechercher une suite de caractères dans l'arborescence.

> Bouton « **Remise à zéro** » : permet d'annuler tous les filtres appliqués et de retourner à la valeur par défaut (tous les genres pis en compte dans le calcul).

> Bouton « **Réinitialiser** » : cette option est utile lorsque l'on a déjà obtenu un premier tableau de résultats et que l'on a souhaité redéfinir la sélection. Si la sélection au niveau du sous-axe « Par Genre » est modifié, il est possible de retrouver les valeurs initiales (celles qui correspondent au tableau de résultats précédemment obtenu) en cliquant sur cette option.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.1.3.5. Sous-Axe "Par Libellé Principal/Complémentaire"



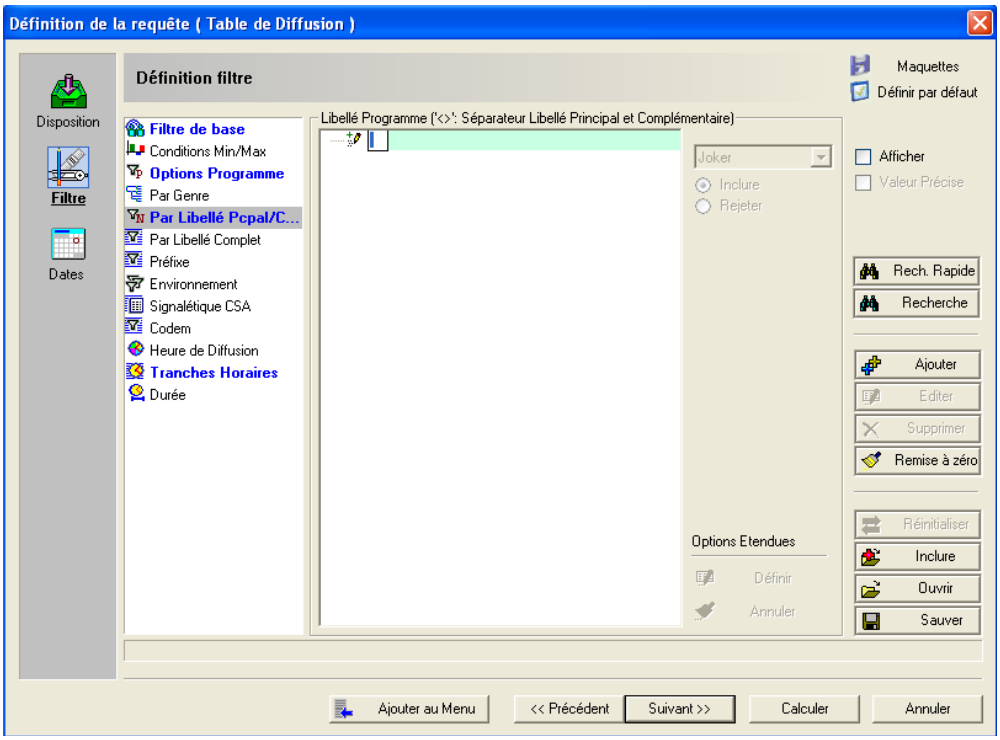
Ce sous-axe permet de filtrer les programmes en fonction de leur libellé principal et de leur libellé complémentaire.

Pour appliquer un filtre basé sur les libellés des programmes, deux modes sont proposés :

1/ L'utilisateur connaît le libellé du programme, ou bien une partie du libellé seulement, il peut alors entrer la chaîne de caractères en cliquant sur le bouton "**Ajouter**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

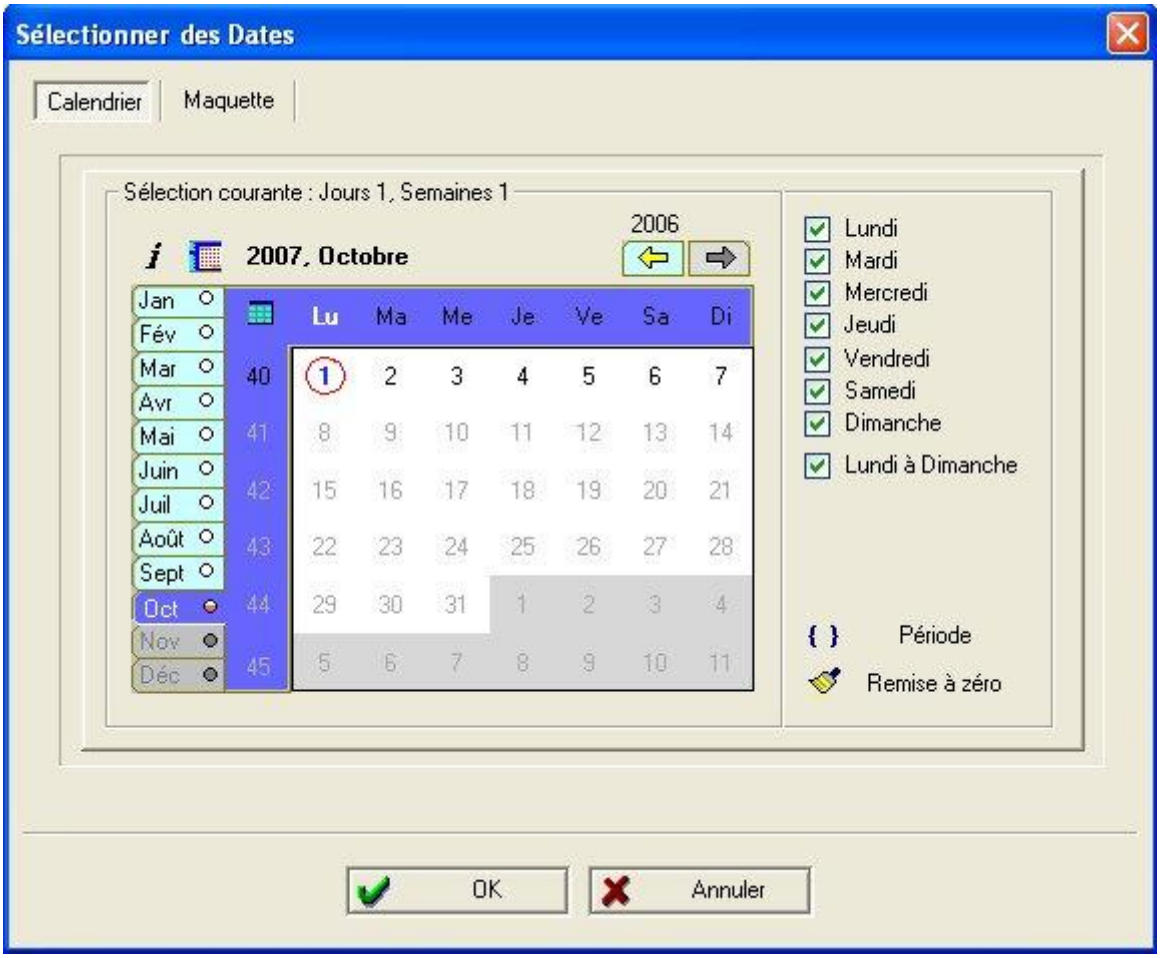


Entrer alors la chaîne de caractères. Si l'utilisateur est sûr de l'orthographe du libellé, il peut alors sélectionner l'option "Exactement" dans le menu déroulant. Attention si cette case est cochée, il suffit qu'un seul caractère ne corresponde pas, et le tableau de résultats obtenu ne contiendra aucun événement.
Certains caractères ne sont pas acceptés par le moteur de recherche :
- Les accents
- "/"
- Les apostrophes
Par exemple...

L'option "**Inclure**" est sélectionnée par défaut, seuls les programmes dont le libellé correspond à celui qui est entré dans cette fenêtre apparaissent dans le tableau de résultats.

2/ L'utilisateur ne connaît pas le libellé du programme et préfère consulter la base de données "Pige Programme" pour rechercher le ou les programmes souhaités. Il peut alors utiliser l'option "**Recherche**".

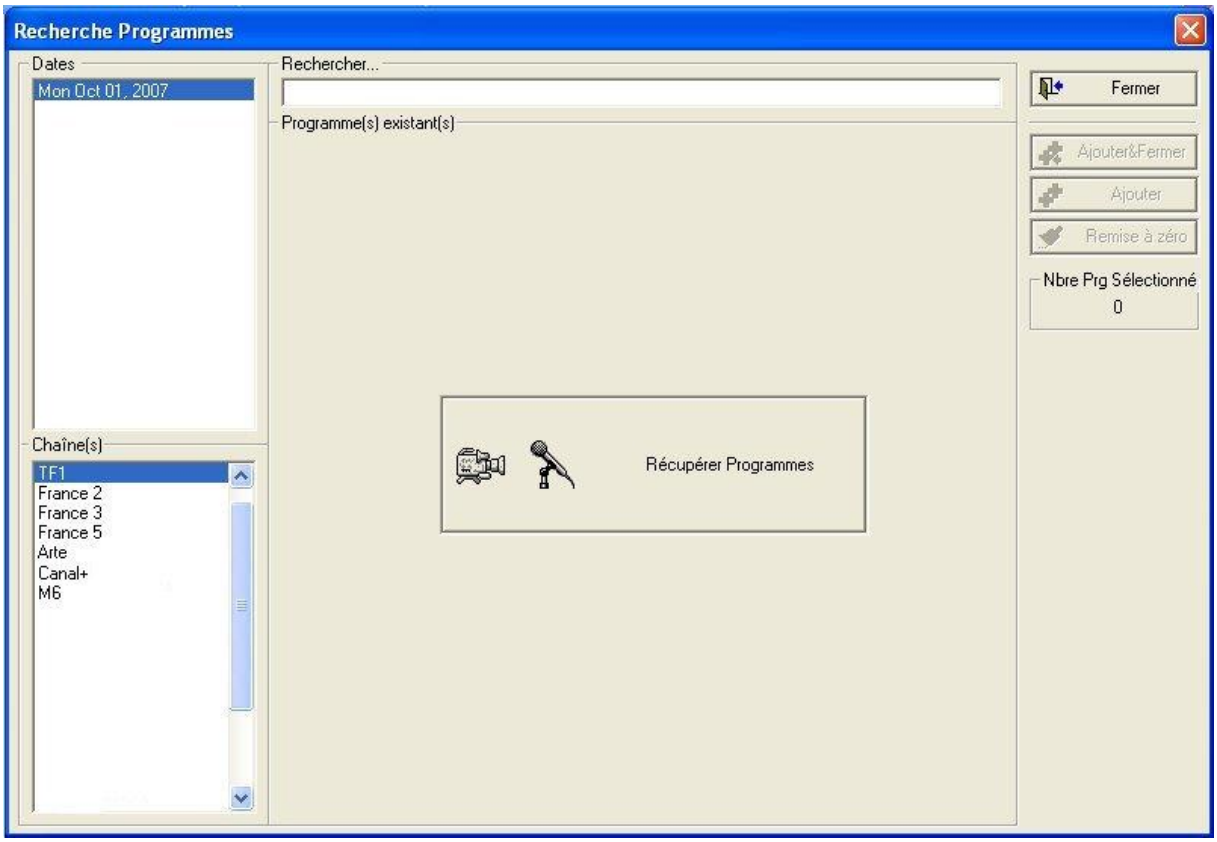
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner une ou plusieurs dates probables de diffusion (dans cet exemple le lundi 01/10/07) puis cliquer sur "**OK**", la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

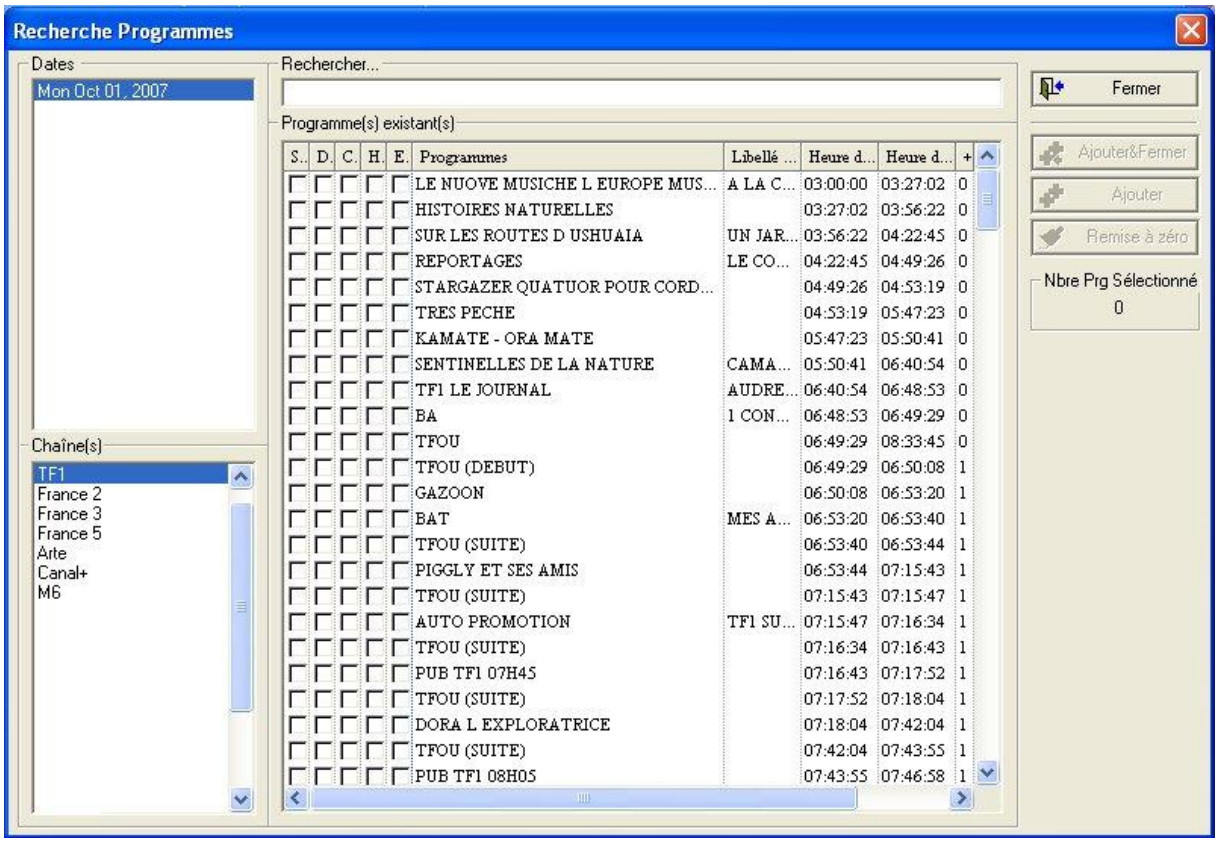
Mediametrie



Cliquer sur l'une des chaînes de diffusion puis cliquer sur le bouton "**Récupérer Programmes**". La fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



S..	D..	C..	H..	E..	Programmes	Libellé ...	Heure d...	Heure d...	+
					LE NUOVE MUSICHE L EUROPE MUS...	A LA C...	03:00:00	03:27:02	0
					HISTOIRES NATURELLES		03:27:02	03:56:22	0
					SUR LES ROUTES D USHUAIA	UN JAR...	03:56:22	04:22:45	0
					REPORTAGES	LE CO...	04:22:45	04:49:26	0
					STARGAZER QUATUOR POUR CORD...		04:49:26	04:53:19	0
					TRES PECHE		04:53:19	05:47:23	0
					KAMATE - ORA MATE		05:47:23	05:50:41	0
					SENTINELLES DE LA NATURE	CAMA...	05:50:41	06:40:54	0
					TF1 LE JOURNAL	AUDRE...	06:40:54	06:48:53	0
					BA	1 CON...	06:48:53	06:49:29	0
					TFOU		06:49:29	08:33:45	0
					TFOU (DEBUT)		06:49:29	06:50:08	1
					GAZOON		06:50:08	06:53:20	1
					BAT	MES A...	06:53:20	06:53:40	1
					TFOU (SUITE)		06:53:40	06:53:44	1
					PIGGLY ET SES AMIS		06:53:44	07:15:43	1
					TFOU (SUITE)		07:15:43	07:15:47	1
					AUTO PROMOTION	TF1 SU...	07:15:47	07:16:34	1
					TFOU (SUITE)		07:16:34	07:16:43	1
					PUB TF1 07H45		07:16:43	07:17:52	1
					TFOU (SUITE)		07:17:52	07:18:04	1
					DORA L EXPLORATRICE		07:18:04	07:42:04	1
					TFOU (SUITE)		07:42:04	07:43:55	1
					PUB TF1 08H05		07:43:55	07:46:58	1

La liste contient tous les programmes (programmes entiers et parties de programme) diffusés sur la chaîne TF1 le lundi 01/10/2007.
Les programmes sont triés par défaut par ordre chronologique croissant.
Il est possible d'appliquer un ordre alphabétique croissant ou décroissant en double cliquant sur l'entête de colonne "Programmes".

A NOTER
Signification des cases à cocher (la signification apparaît dans des info-bulles lorsque l'on glisse la souri sur les entêtes de colonne) :

S… Sélection / Désélection
D… Associer à une Date
C… Associer à une Chaîne
H… Associer à une Heure de Diffusion
E… Inclure (case décochée) /Exclure (case cochée)

> Pour sélectionner un ou plusieurs programmes dans la liste, cocher la case "S…" correspondante ou bien cliquer sur la ligne du programme ou des programmes.

> La ligne du programme apparaît alors en vert. Cela signifie que l'option "**Inclure**" est appliquée par défaut.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

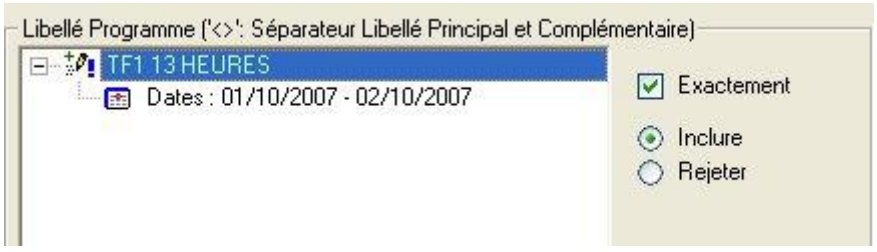
Programme(s) existant(s)
S. D. C. H. E. Programmes Libellé ... Heure d... Heure d... +
LA ROUE DE LA FORTUNE (SUITE) 19:35:52 19:44:38 1
LA ROUE DE LA FORTUNE (DEBUT) 19:08:01 19:30:54 1
LA ROUE DE LA FORTUNE 19:08:01 19:44:38 0
LA OU JE T EMMENERAI JENIFE... 19:50:44 19:52:16 0
L IMAGE DU JOUR RUGBY... 19:56:07 19:57:12 0
KAMATE - ORA MATE 05:47:23 05:50:41 0
HISTOIRES NATURELLES 03:27:02 03:56:22 0
GO DIEGO 07:47:08 08:10:18 1
GAZOON 06:50:08 06:53:20 1
DORA L EXPLORATRICE 07:18:04 07:42:04 1
DIANA KRALL - THE LOOK OF LOVE 18:09:59 18:11:29 0

> Pour appliquer l'option "**Exclure**", cocher la case "E…" du programme. Le programme est alors surligné en rouge.

Programme(s) existant(s)
S. D. C. H. E. Programmes Libellé ... Heure d... Heure d... +
LA ROUE DE LA FORTUNE (SUITE) 19:35:52 19:44:38 1
LA ROUE DE LA FORTUNE (DEBUT) 19:08:01 19:30:54 1
LA ROUE DE LA FORTUNE 19:08:01 19:44:38 0
LA OU JE T EMMENERAI JENIFE... 19:50:44 19:52:16 0
L IMAGE DU JOUR RUGBY... 19:56:07 19:57:12 0
KAMATE - ORA MATE 05:47:23 05:50:41 0
HISTOIRES NATURELLES 03:27:02 03:56:22 0
GO DIEGO 07:47:08 08:10:18 1
GAZOON 06:50:08 06:53:20 1
DORA L EXPLORATRICE 07:18:04 07:42:04 1
DIANA KRALL - THE LOOK OF LOVE 18:09:59 18:11:29 0

> Associer à une date

Cette option permet d'associer un programme à une date ou plusieurs dates. Pour cela, sélectionner un programme puis sélectionner une date ou plusieurs dates et cliquer sur la case à cocher "Associer Date(s)".
Une fois, la sélection validée, le programme sélectionné apparaît dans la liste de choix. Pour afficher le détail des options associées à ce programme, cliquer sur le "+" de l'accordéon.
Dans cet exemple, le programme "TF1 13 HEURES" a été associé aux 2 dates "01/10/2007" et "02/10/2007"

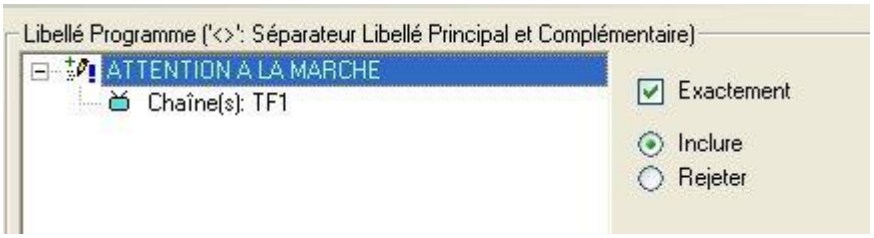


=> Seuls les programmes portant ce nom et diffusés lors des jours sélectionnés apparaîtront dans le tableau de résultats et ce quels que soient les jours sélectionnés au niveau de l'axe "Dates".

> Associer à une chaîne

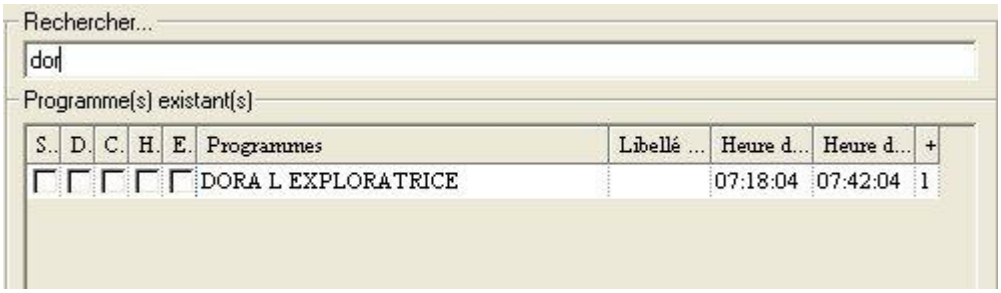
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Cette option permet d'associer un programme à une chaîne. Pour cela, sélectionner un programme puis sélectionner une chaîne et cliquer sur la case à cocher "Associer Chaîne".
Une fois, la sélection validée, le programme sélectionné apparaît dans la liste de choix. Pour afficher le détail des options associées à ce programme, cliquer sur le "+" de l'accordéon.
Dans cet exemple, le programme "ATTENTION A LA MARCHE" a été associé à la chaîne TF1.



=> Seuls les programmes portant ce nom et diffusés sur la chaîne associée apparaîtront dans le tableau de résultats et ce quelles que soient les chaînes sélectionnées au niveau du sous-axe "Filtre de Base".

> Il est également possible d'appliquer un filtre sur les programmes à afficher dans cette liste. Pour cela, entrer une chaîne de caractères dans la zone "Rechercher…" :

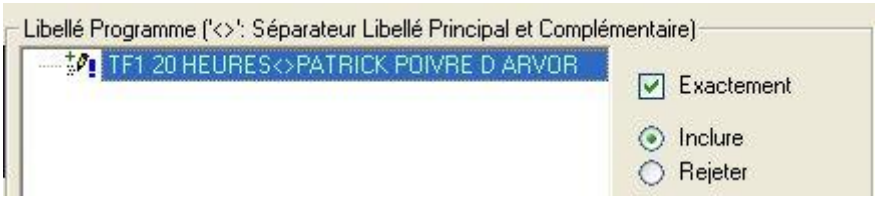


> Pour valider la sélection, cliquer sur le bouton "**Ajouter&Fermer**". Le bouton "**Fermer**" permet de fermer la fenêtre "Recherche Programmes" sans prendre en compte la sélection.

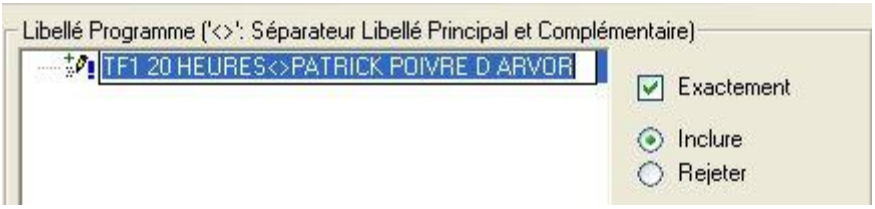
> Dans le cadre d'une "Recherche Programmes", l'option "**Exactement**" est toujours cochée. En effet, le libellé sélectionné correspond exactement au libellé présent dans la base de données.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

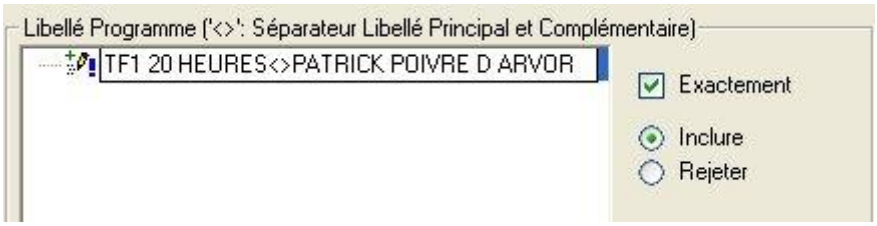
> En utilisant l'option "Rechercher", la sélection d'un programme reprendra toujours le libellé principal du programme ainsi que son libellé complémentaire. Les deux libellés sont séparés par les caractères "<>". Dans cet exemple, la recherche est lancée à partir de la chaîne de caractères "TF1 20 HEURES<>PATRICK POIVRE D ARVOR", le tableau de résultats contiendra uniquement les programmes "TF1 20 HEURES" présentés par Patrick Poivre d'Arvor.



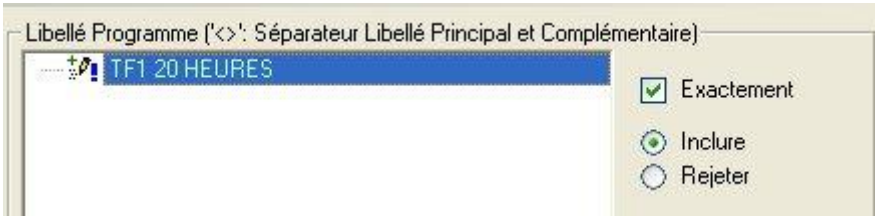
Pour supprimer le libellé principal ou le libellé complémentaire, cliquer sur le bouton "**Editer**" ou double-cliquer sur le libellé. L'utilisateur se trouve alors en mode édition, il peut modifier le libellé.



Pour placer le curseur au début ou à la fin de la zone d'édition, utiliser les touches "flèches" du clavier. Il est alors possible de modifier le libellé.

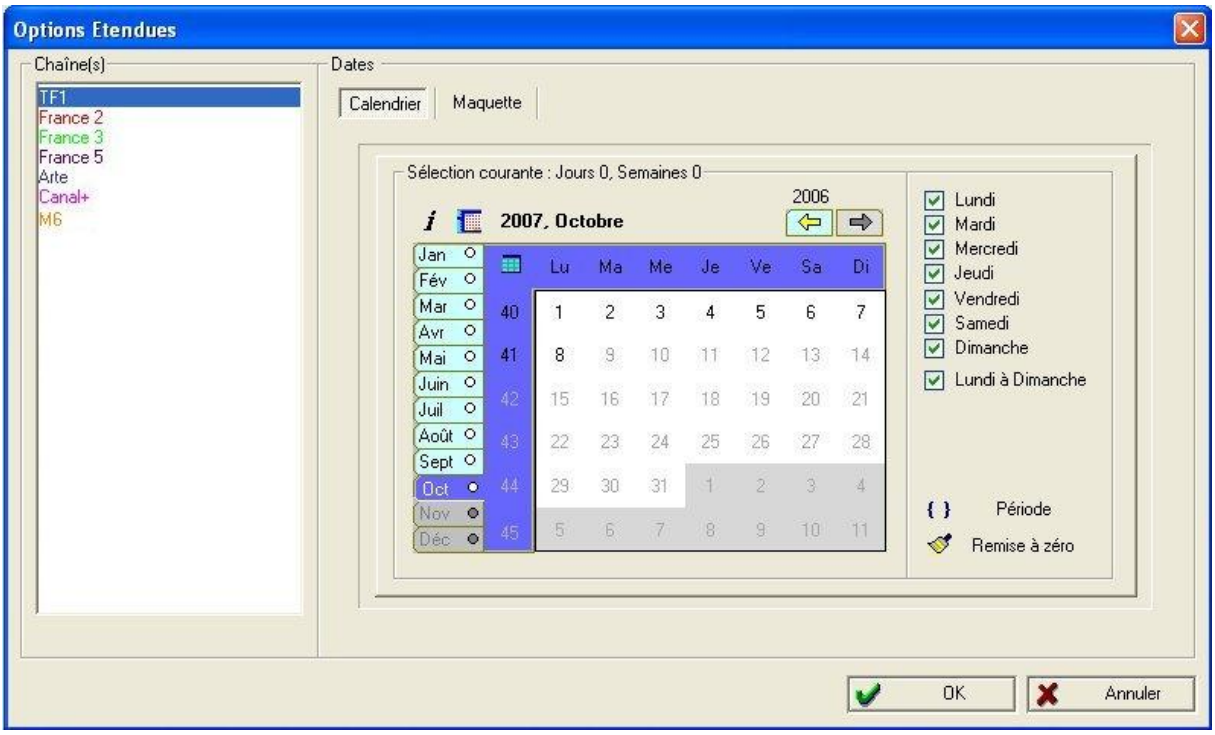


Dans cet exemple, le libellé complémentaire "PATRICK POIVRE D ARVOR" a été supprimé. En effet, l'utilisateur souhaite appliqué un filtre sur le programme "TFI 20 HEURES" et ce quel que soit son présentateur.



> Le bouton "**Définir**" (zone "Options Etendues") propose d'appliquer les options "Associer Chaîne(s)" et "Associer Date(s)" décrites ci-dessus.

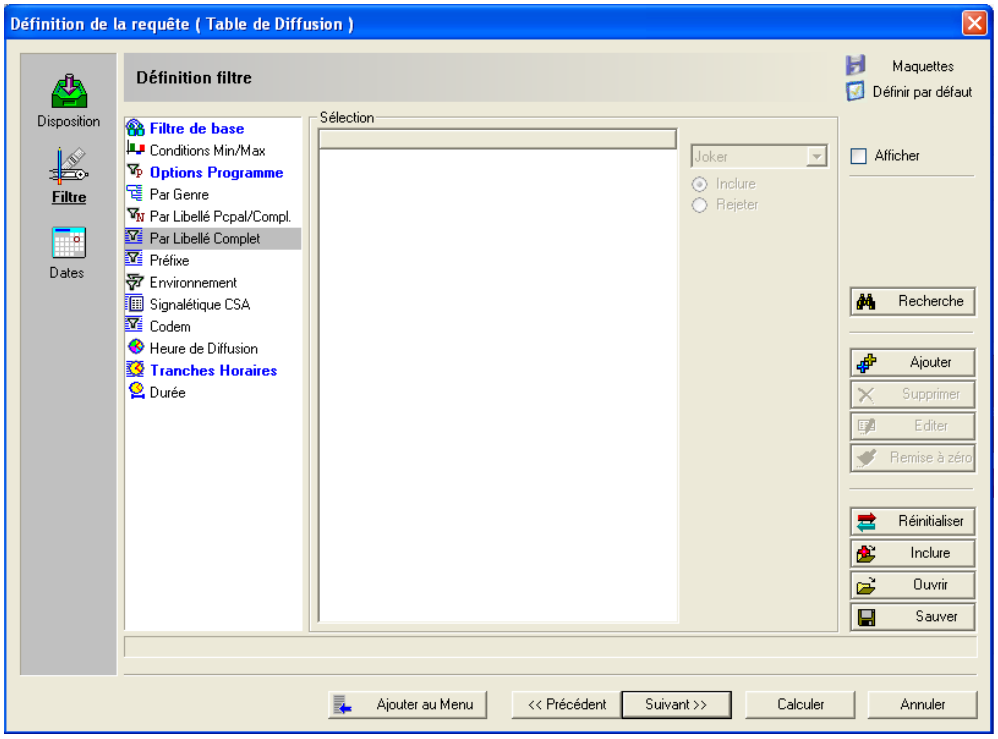
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner alors les chaînes et/ou les dates à associer au programme.

> Les boutons "**Supprimer**" et "**Remise à zéro**" permettent respectivement de supprimer les programmes un à un ou bien de supprimer l'ensemble de la sélection de programmes.

3.1.3.6. Sous-Axe "Par Libellé Complet"



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

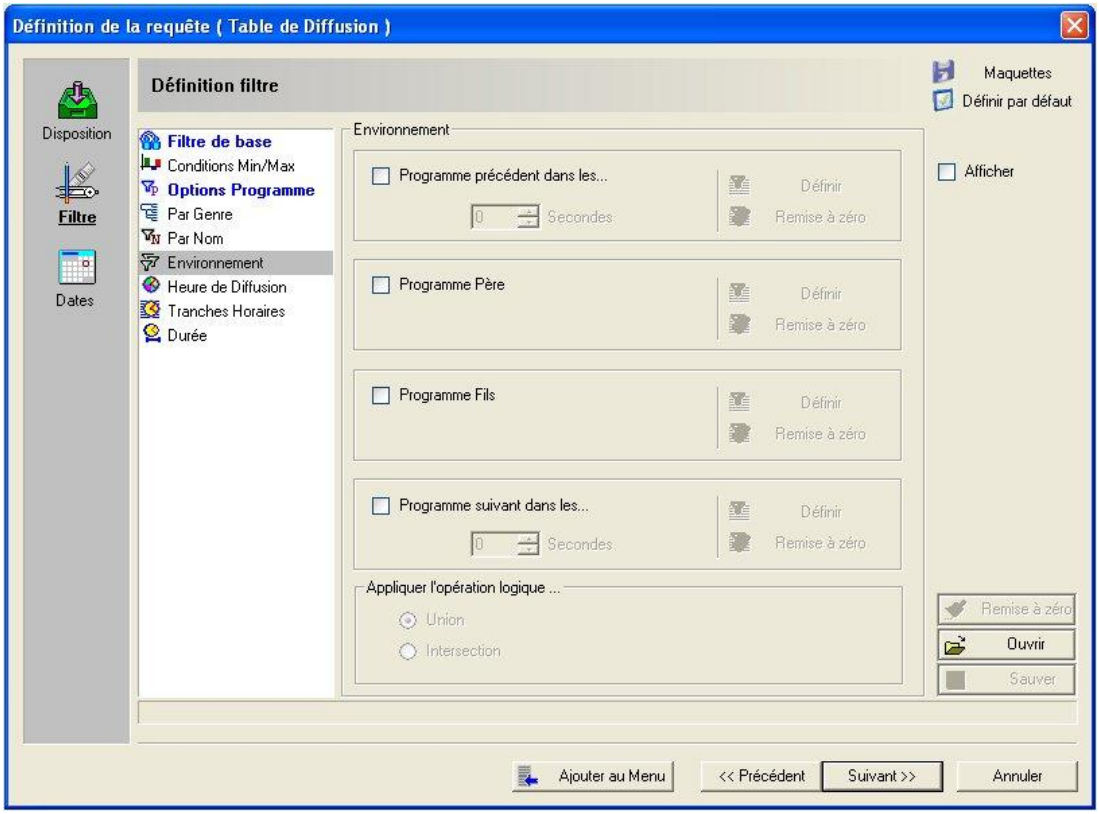
Ce sous-filtre permet de rechercher un programme sur l'ensemble des composantes de ce programme, à savoir :
. Libellé Principal
. Libellé Complémentaire
. Préfixe
. Programme Père

Ce sous-filtre permet d'obtenir dans un seul et même tableau de résultats, les programmes père et les programmes fils.

Ex : L'utilisateur entre « TFOU » au niveau du sous-filtre « Par Libellé Complet », le tableau de résultats restitue le programme « TFOU » et tous les dessins animés diffusés au sein de cette émission (« TFOU » = Programme Père / tous les dessins animés = Programmes fils).

	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Niveau	Code Genre
1	03/10/2011	06:47:51	01:30:29	TF1	TFOU	1	GB
2	03/10/2011	06:52:40	00:10:03	TF1	OCTONAUTS	2	AAM
3	03/10/2011	07:03:34	00:10:49	TF1	BABAR LES AVENTURES DE BADOU	2	AAM
4	03/10/2011	07:14:23	00:10:20	TF1	BABAR LES AVENTURES DE BADOU	2	AAM
5	03/10/2011	07:26:42	00:22:12	TF1	MARCELINO PAN Y VINO	2	AAM
6	03/10/2011	07:51:52	00:07:30	TF1	LES MINIJUSTICIERS	2	AAM
7	03/10/2011	07:59:22	00:07:00	TF1	LES MINIJUSTICIERS	2	AAM
8	03/10/2011	08:06:22	00:07:03	TF1	LES MINIJUSTICIERS	2	AAM
[TOTAL] [8 Ev.]		07:25:20	02:45:26				

3.1.3.7. ***Sous-Axe "Environnement"***



Ce sous-axe permet de filtrer les programmes en fonction :

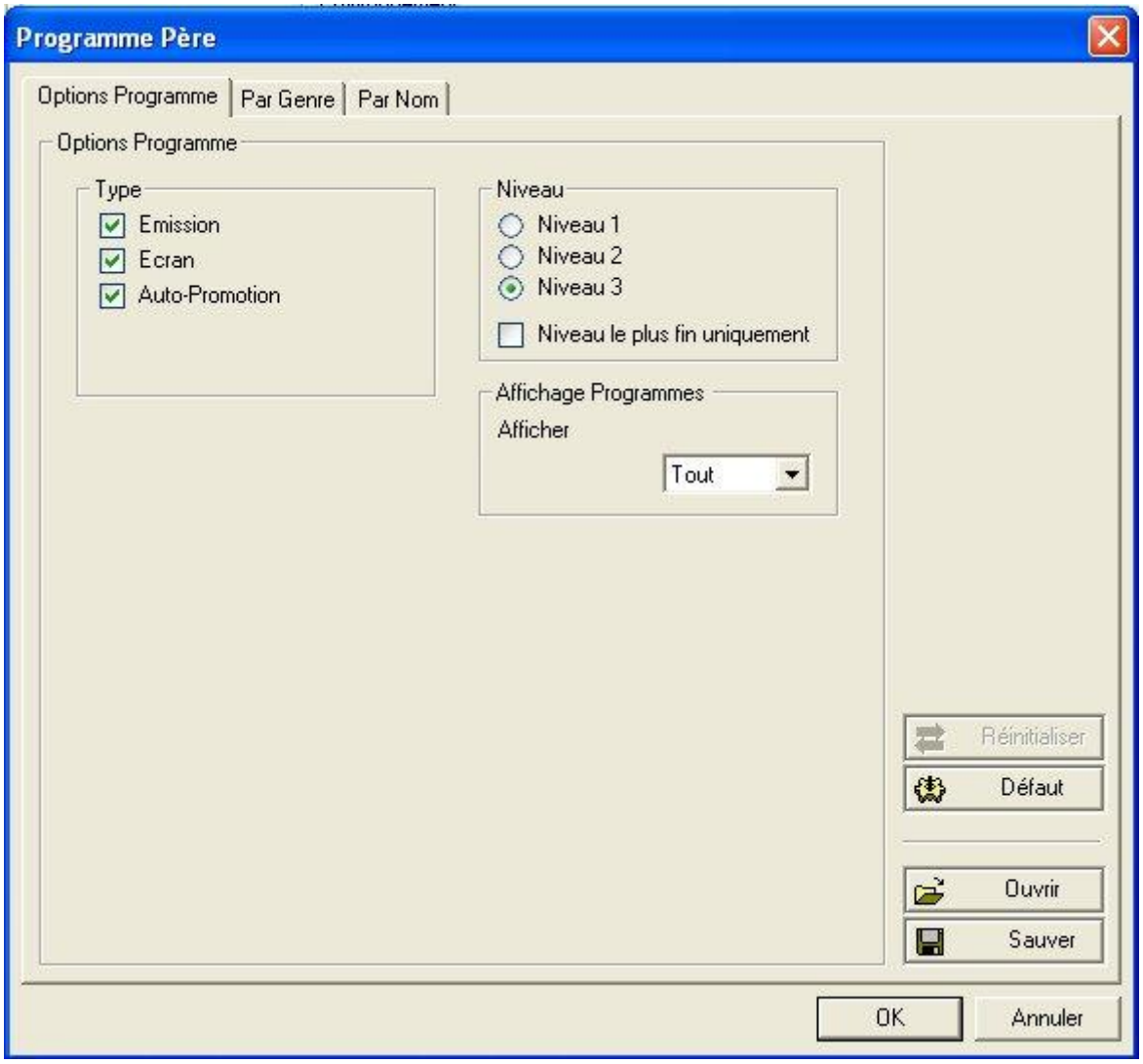
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- des programmes diffusés avant ("Programme précédent dans les…")
- des programmes diffusés après ("Programme suivant dans les…")
- des programmes contenant le programme à rechercher… ("Programme Père")
- des programmes diffusés dans le programme à rechercher… ("Programme Fils")

> Un filtre selon le **programme père** sera vraisemblablement l'option la plus usitée.

Ex :
L'utilisateur recherche toutes les fictions diffusées au sein du programme de niveau 1 "LUNDI CINEMA" sur M6.
Dans ce cas, l'option Environnement > Programme Père lui permet d'appliquer le filtre souhaité.

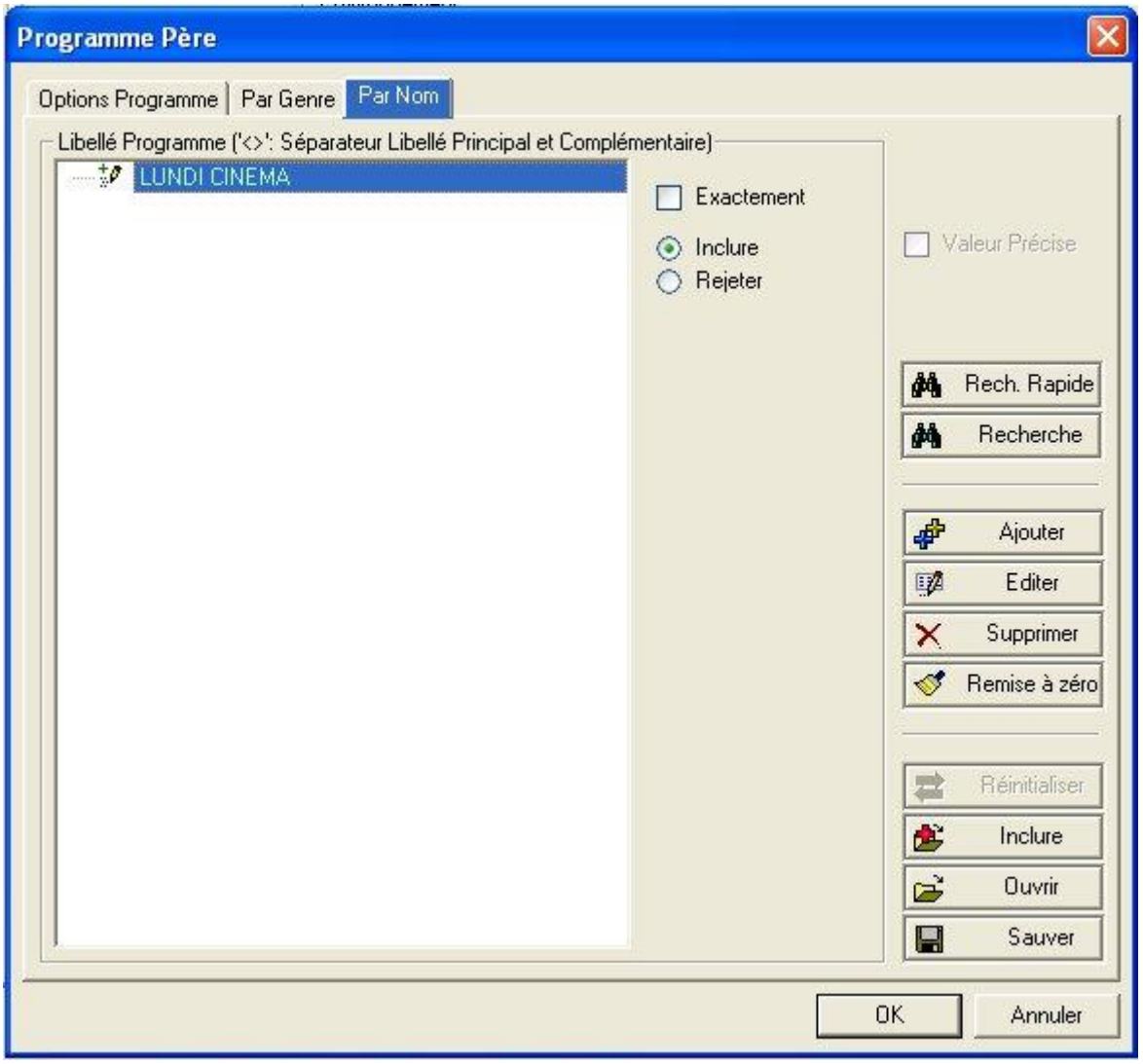
Cocher la case "**Programme Père**", le bouton "**Définir**" est alors actif (dégrisé). Cliquer sur ce bouton, la fenêtre suivante apparaît :



La fenêtre "Programme Père" propose 3 onglets qui vont permettre d'appliquer des filtres sur le programme père uniquement. Dans cet exemple, le filtre à apporter porte sur le nom du programme père. Cliquer alors sur l'onglet "Par Nom".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Entrer le nom du programme père (Ici "LUNDI CINEMA"). Les fonctionnalités proposées dans cette fenêtre correspondent à celle du sous-axe "Par Nom". C'est le cas pour les deux autres onglets.



En appliquant ce filtre, le tableau de résultats obtenu contient toutes les fictions diffusées au sein du programme "LUNDI CINEMA" sur la période Juin-Septembre 2007 (le filtre par genre FICTION a été préalablement appliqué).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
1	04/06/2007	23:00:38	01:46:54	M6	ELLES N OUBLIENT JAMAIS		2	AAB	1.9
2	11/06/2007	23:17:35	01:46:14	M6	TROIS HOMMES ET UN COUFFIN		2	AAA	1.5
3	18/06/2007	24:05:19	01:42:11	M6	LA HAINE CARRIE 2		2	AAD	1.1
4	25/06/2007	23:08:23	01:51:21	M6	WITNESS		2	AAB	2.0
5	02/07/2007	22:17:39	01:22:07	M6	FILLES UNIQUES		2	AAA	3.0
6	09/07/2007	22:16:14	01:26:54	M6	NOS ENFANTS CHERIS		2	AAA	4.3
7	16/07/2007	22:11:15	01:40:08	M6	IRENE		2	AAA	3.3
8	23/07/2007	22:17:03	01:30:19	M6	MA VIE EN ROSE		2	AAA	3.0
9	30/07/2007	22:05:24	01:43:58	M6	MAYBE BABY COMMENT LES ANGLAIS SE REPROD		2	AAA	3.0
10	06/08/2007	22:09:14	01:25:00	M6	MA FEMME S APPELLE REVIENS		2	AAA	2.8
11	13/08/2007	21:57:26	01:50:02	M6	NEUF MOIS		2	AAA	2.7
12	20/08/2007	20:50:54	01:32:04	M6	BIMBOLAND		2	AAA	4.3
13	20/08/2007	22:30:36	01:40:21	M6	DANS LA PEAU D UNE BLONDE		2	AAA	2.2
14	27/08/2007	20:52:18	01:38:22	M6	COYOTE GIRLS		2	AAA	3.8
15	27/08/2007	22:39:46	01:41:09	M6	BLUE CRUSH		2	AAA	2.0
16	03/09/2007	20:53:37	01:33:49	M6	MEN IN BLACK		2	AAD	8.1
17	03/09/2007	22:37:55	01:35:47	M6	DESTINATION FINALE		2	AAD	2.6
18	03/09/2007	24:23:01	02:04:13	M6	LA CHAIR ET LE SANG		2	AAC	0.7
19	10/09/2007	20:52:21	01:24:10	M6	MEN IN BLACK II		2	AAD	9.0
20	10/09/2007	22:26:23	01:28:21	M6	ANACONDA LE PREDATEUR		2	AAC	2.2
21	17/09/2007	23:00:59	01:30:19	M6	OXYGEN		2	AAB	1.6
22	24/09/2007	23:57:02	01:47:23	M6	ON CONTINUE A L APPELER TRINITA		2	AAH	0.5
[TOTAL]		22:26:51	36:01:06						2.9

> A l'inverse si l'option "**Programme Fils**" est appliquée, on recherchera alors tous les programmes qui contiennent le programme fils renseigné.

Ex :

Tous les programmes qui contiennent la bande-annonce de la fiction "MEN IN BLACK II".

Paramétrage nécessaire :

Sous-axe "Environnement" :

- Onglet "Options Programme" : Auto-Promotion uniquement
- Onglet "Par Nom" : MEN IN BLACK II

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
1	27/08/2007	20:52:08	03:28:47	M6	LUNDI CINEMA		1	A	2.8
2	28/08/2007	20:52:33	01:55:16	M6	MAGICIENS LEURS PLUS GRANDS SECRETS		1	CE	4.8
3	03/09/2007	07:03:42	00:55:13	M6	DROLE DE MORNING	2EME PARTIE	1	CBA	0.1
4	09/09/2007	07:37:09	01:35:33	M6	STARSIX MUSIC		1	CBA	0.5
5	10/09/2007	07:03:43	00:56:03	M6	DROLE DE MORNING	2EME PARTIE	1	CBA	0.3
[TOTAL]		12:41:51	08:50:52						2.2

Dans cet exemple, ne figurent que les programmes au sein desquelles une bande-annonce de la fiction " MEN IN BLACK II" a été diffusée sur la période Août-Septembre 2007.

> Option "Appliquer l'opération logique…"

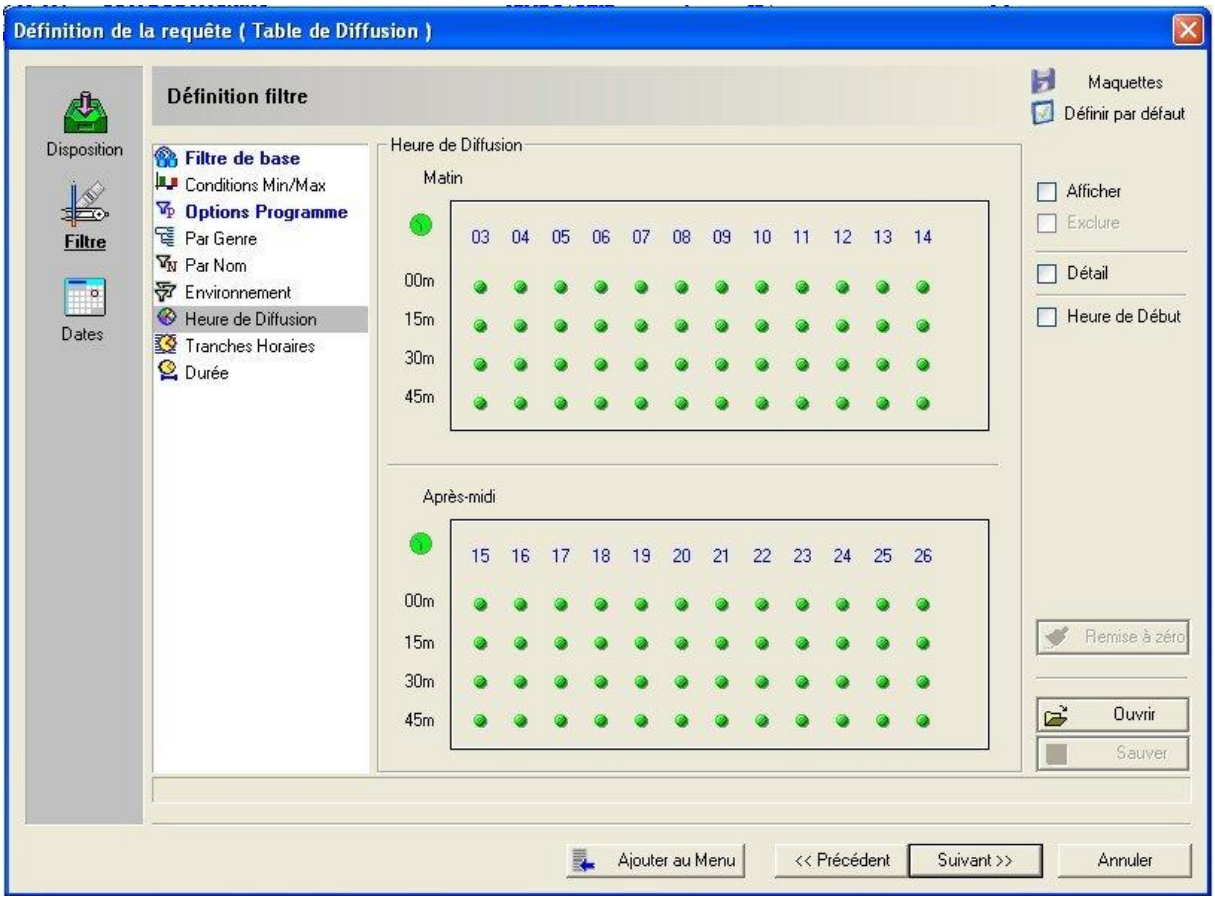
Il est possible d'appliquer différentes options "Environnement". Pour cela, cocher les cases souhaitées (choix multiple autorisé). L'opération logique "intersection" est appliquée par défaut. C'est-à-dire que les programmes affichés dans le tableau de résultats doivent répondre à chacune des contraintes appliquées. Il est possible également d'appliquer une union de toutes ces contraintes : les programmes affichés dans le tableau de résultats correspondent alors à au moins une des contraintes appliquées au niveau du sous-axe "Environnement".

> Les options "**Programme précédent/suivant dans les…**" permet de qualifier les programmes diffusés avant ou après les programmes à rechercher. Les mêmes options programmes sont proposées dans ce cas, il est nécessaire de rentrer cependant dans ce cas une durée (exprimée en seconde) précédent l'heure de début du programme à rechercher ("Programme précédent dans les…") ou suivant l'heure de fin du programme à rechercher ("Programme suivant dans les…").

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

3.1.3.8. Sous-Axe "Heure de Diffusion"



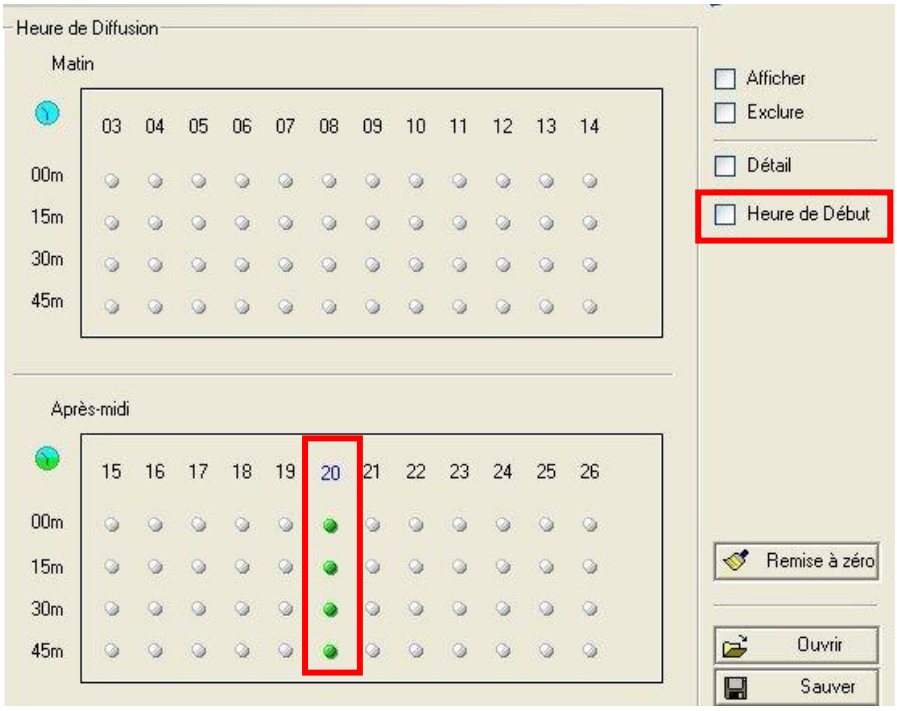
Le sous-axe "Heure de Diffusion" permet de filtrer les programmes en fonction de leur horaire de diffusion.
Par défaut, l'application *MMW* va rechercher tous les programmes diffusés sur l'ensemble de la journée (03H00 – 27H00).

> Fenêtre "Heure de Diffusion"

Il est donc possible d'appliquer sa propre sélection. Pour cela il existe trois niveaux de sélection :
- Par demi-journée : Cliquer sur les 2 pendules situées à gauche des deux demi-journées pour sélectionner ou désélectionner les demi-journées.
- Par heure : Cliquer sur les heures
- Par quart d'heure : Cliquer sur chacune des pastilles (une pastille = ¼ d'heure)

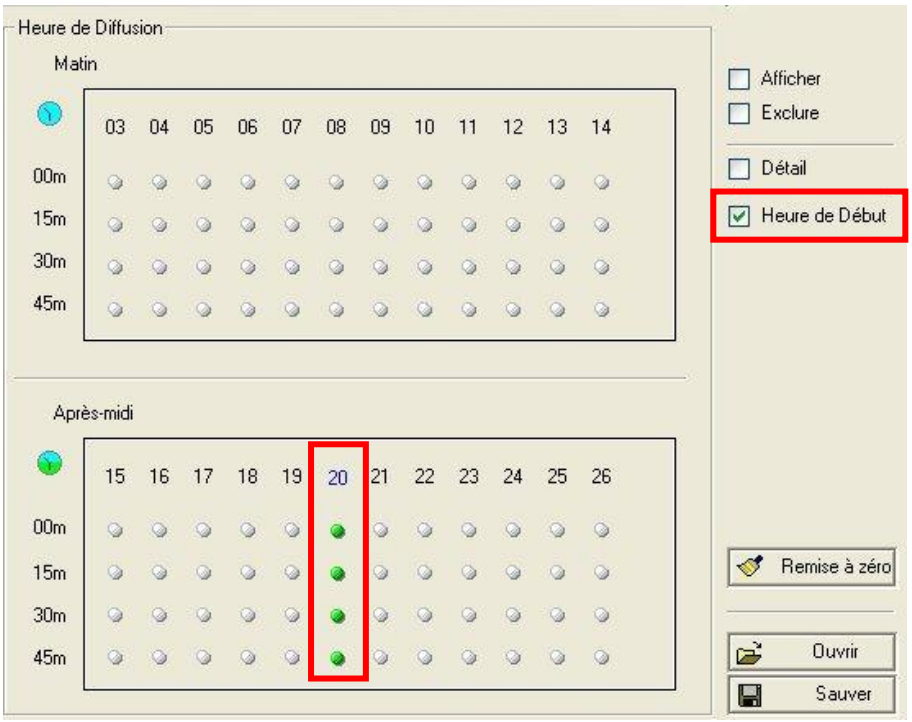
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

1/ Si l'utilisateur applique la sélection suivante :



=> Seuls les programmes qui ont au moins une seconde de diffusion dans l'intervalle 20:00:00 et 20:59:59 seront affichés dans le tableau de résultats.

2/ Si l'utilisateur applique la sélection suivante :

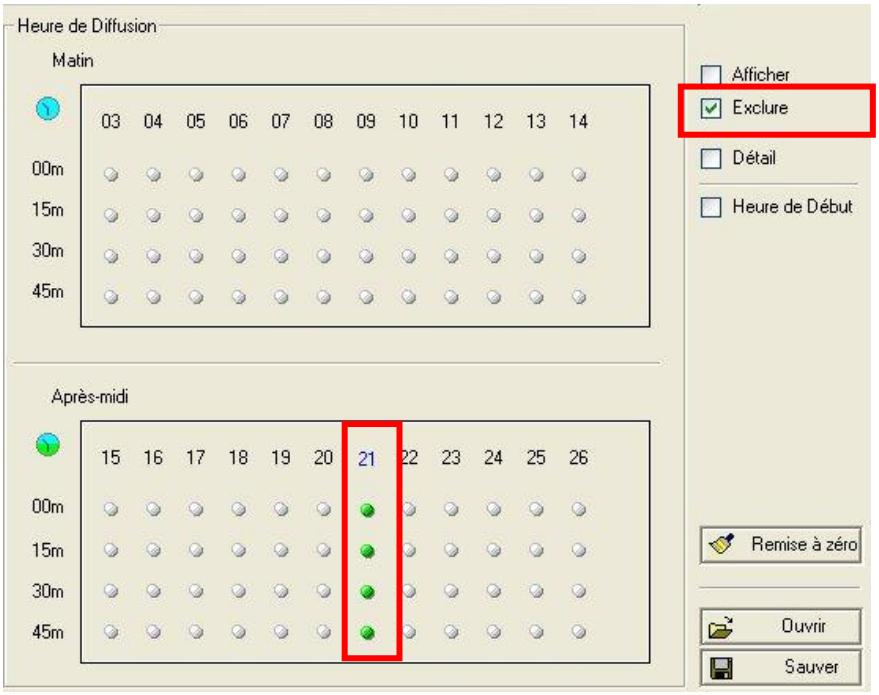


=> Seuls les programmes dont l'heure de début est comprise entre 20:00:00 et 20:59:59 seront affichés dans le tableau de résultats.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

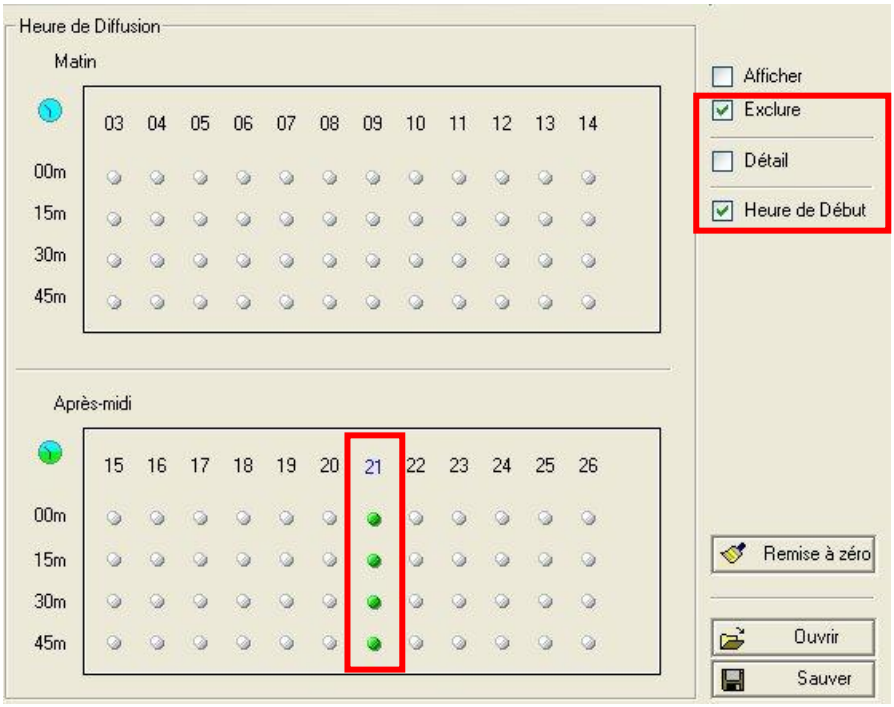
Mediametrie

3/ Si l'utilisateur applique la sélection suivante :



=> Tous les programmes seront affichés dans le tableau de résultats sauf ceux qui ont au moins une seconde de diffusion dans l'intervalle 21:00:00 – 21:59:59.

4/ Si l'utilisateur applique la sélection suivante :



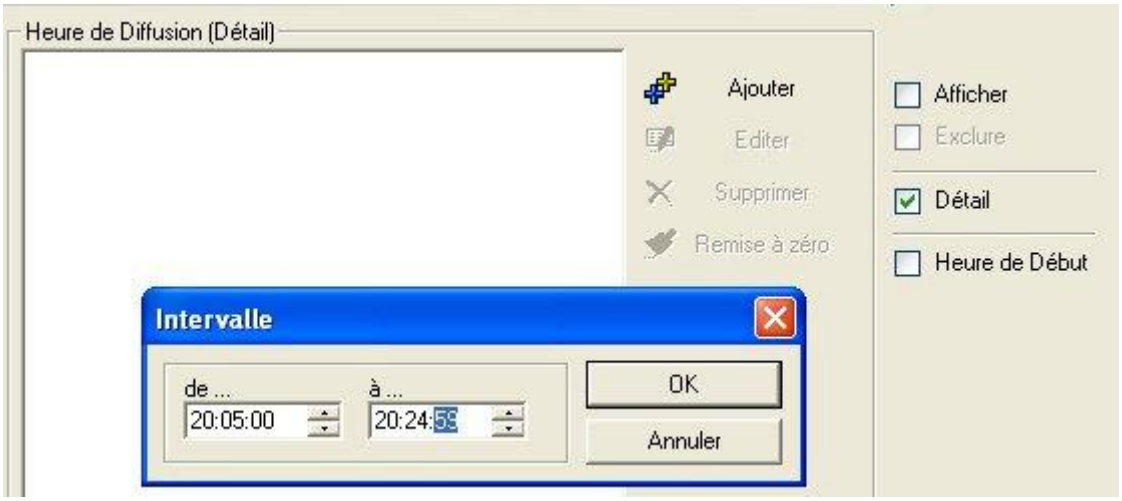
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

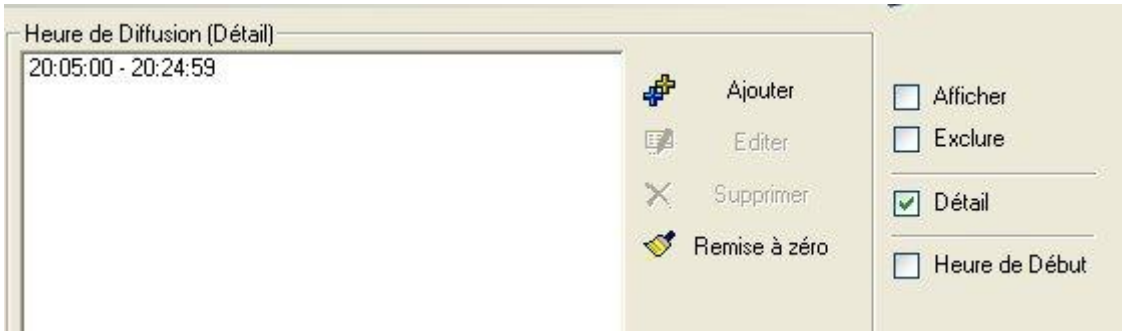
=> Tous les programmes seront affichés dans le tableau de résultats sauf ceux dont l'heure de début est comprise entre 21:00:00 et 21:59:59.

> Fenêtre "Heure de Diffusion (Détail)"

L'option "**Détail**" permet d'appliquer une sélection plus fine que le quart d'heure.
Cliquer sur le bouton "**Ajouter**", la pop-up suivante apparaît :



Entrer l'intervalle de diffusion et cliquer sur '**OK**".

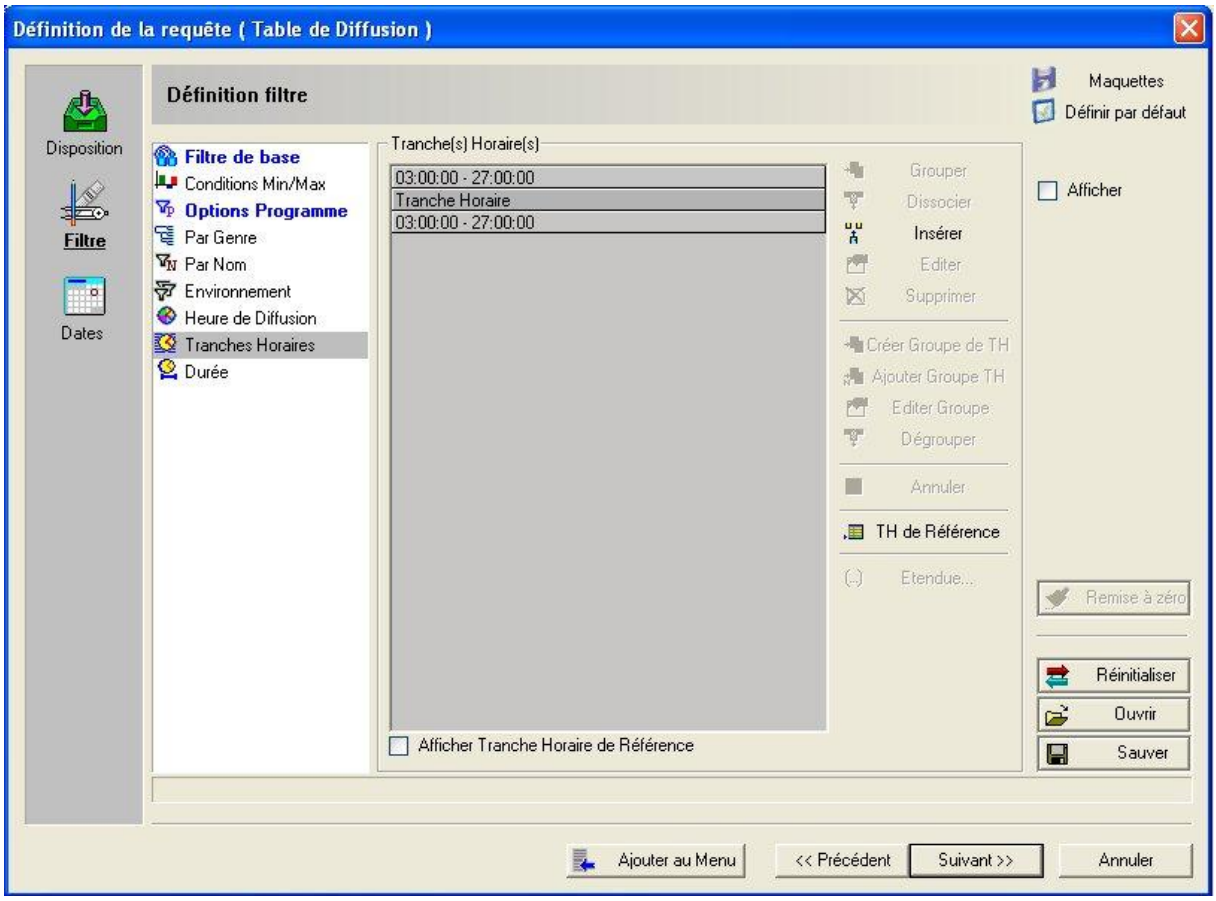


Il est possible d'ajouter d'autres horaires de diffusion, pour cela, cliquer à nouveau sur "**Ajouter**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Pour annuler la sélection courante, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**", L'ensemble journée 03H00-27H00 est alors sélectionné.

3.1.3.9. Sous-Axe "Tranches Horaires"



Le sous-axe "Tranches Horaires" correspond au sous-axe "Tranches Horaires" des analyses standard "Minute à Minute" et "Tranches Horaires". Pour connaître le détail des options de ce sous-axe, se rendre page 109 « Sous-Axes Tranches Horaires ».

Dans le cadre de l'analyse "Table de Diffusion", le sous-axe "Tranches Horaires" va permettre d'appliquer un regroupement par tranches horaires.

Ex :
Le programme "LE DESTIN DE LISA" est diffusé quotidiennement sur TF1 à deux reprises. Une première diffusion entre 17H00 et 19H00 puis une rediffusion le lendemain matin entre 09H00 et 10H00.
L'utilisateur cherche à obtenir un premier regroupement portant sur la diffusion initiale (17H00-19H00) et un deuxième regroupement sur la rediffusion (09H00-12H00). Pour chacun des deux regroupements, sera affiché le détail de chacun des événements ainsi qu'une ligne rappelant entre autres le résultat d'audience moyen.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

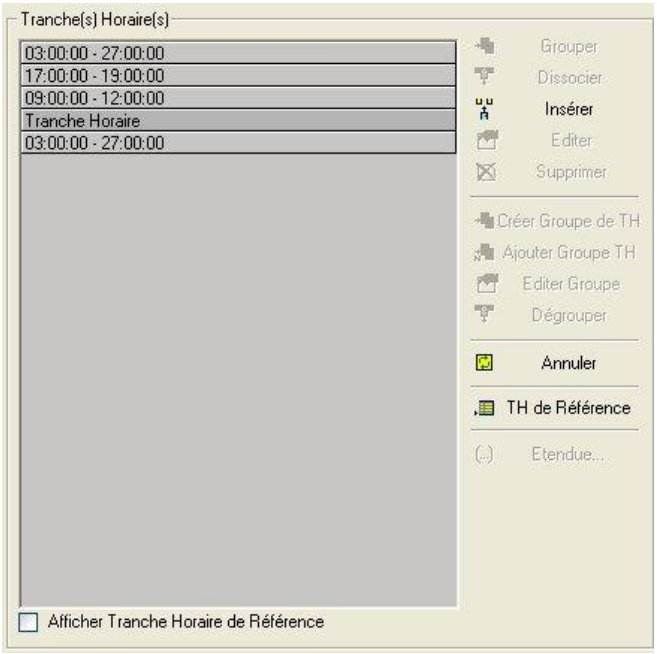
Données en entrée

Axe Dates :	Septembre 2007 Médiamat
Axe Disposition :	**Le champ "Tranches Horaires" a été placé en ligne pour tenir compte du regroupement souhaité**.
Axe Filtres :	Chaîne = TF1 Cible = Ind 4+ Type de Programme = Emissions Par Nom = LE DESTIN DE LISA Tranches Horaires = 17H00-19H00 et 09H00-12H00

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

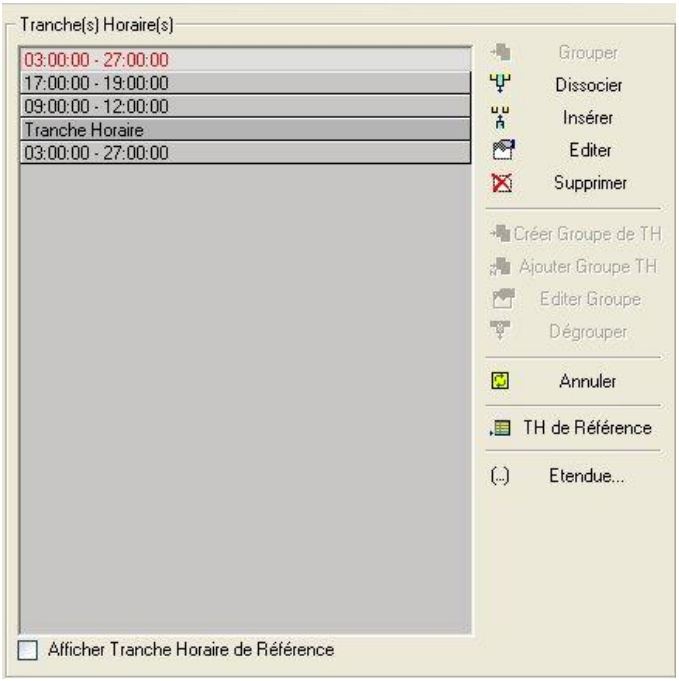
Ci-après, le détail du paramétrage du sous-axe "Tranches Horaires" :
- Cliquer sur le bouton "**Insérer**" et entrer successivement les deux tranches horaires de diffusion

- La liste contient donc les deux tranches horaires paramétrées.

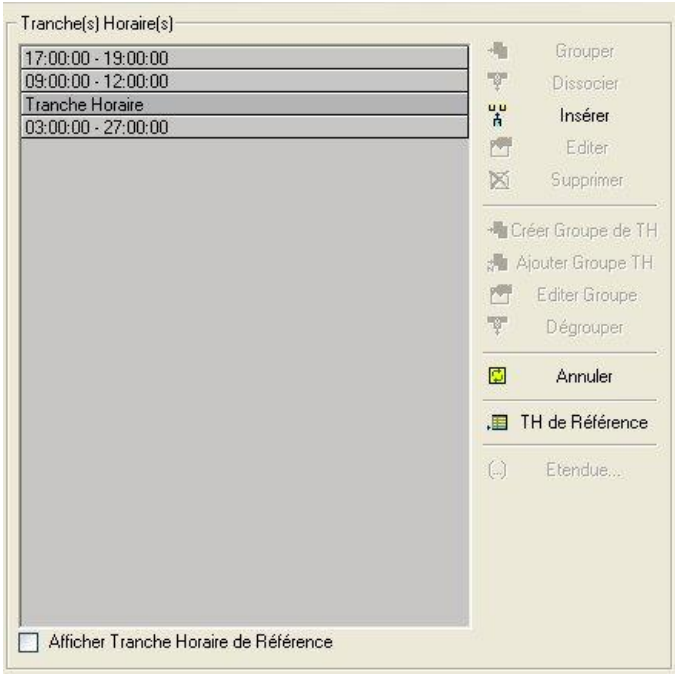


- Pour supprimer la tranche horaire par défaut 03H00-27H00, sélectionner la tranche horaire (clic gauche), elle apparaît alors en rouge, puis cliquer sur le bouton "**Supprimer**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



- La sélection comprend donc uniquement les deux tranches horaires souhaitées.



- Il est possible de paramétrer l'ordre d'affichage des tranches horaires de diffusion, pour cela, sélectionner une tranche horaire et à l'aide du clic gauche (maintenu), un trait bleu apparaît indiquant le placement qui va être appliqué puis placer la tranche horaire à la position souhaitée.

- Pour annuler la sélection, cliquer sur le bouton "**Annuler**", seule la tranche horaire de diffusion 03H00-27H00 apparaît (valeur par défaut).

Tableau de résultats obtenu

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
17:00:00 - 19:00:00 [20 Ev.]									
1	03/09/2007	17:41:23	00:27:09	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.0
2	04/09/2007	17:42:10	00:26:50	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.7
3	05/09/2007	17:46:08	00:26:43	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.7
4	06/09/2007	17:45:41	00:27:09	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.9
5	07/09/2007	17:39:07	00:27:02	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.3
6	10/09/2007	17:47:44	00:27:08	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.3
7	11/09/2007	17:41:14	00:26:41	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.6
8	12/09/2007	17:45:32	00:27:06	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.9
9	13/09/2007	17:45:43	00:27:00	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.8
10	14/09/2007	17:36:52	00:26:50	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.4
11	17/09/2007	17:43:56	00:26:38	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.5
12	18/09/2007	17:44:31	00:26:59	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.1
13	19/09/2007	17:46:26	00:27:01	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.1
14	20/09/2007	17:42:20	00:26:53	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	3.8
15	21/09/2007	17:43:10	00:26:54	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.1
16	24/09/2007	17:43:16	00:26:28	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.2
17	25/09/2007	17:41:31	00:26:31	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.1
18	26/09/2007	17:43:18	00:26:44	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.7
19	27/09/2007	17:45:00	00:26:38	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.6
20	28/09/2007	17:47:03	00:26:58	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	4.2
[TOTAL]		17:43:36	08:57:22						4.1
09:00:00 - 12:00:00 [20 Ev.]									
1	03/09/2007	11:30:19	00:26:58	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	2.5
2	04/09/2007	11:27:16	00:27:04	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	2.2
3	05/09/2007	11:28:22	00:27:06	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	2.0
4	06/09/2007	11:24:57	00:26:38	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.6
5	07/09/2007	11:26:51	00:27:06	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
6	10/09/2007	11:27:24	00:27:09	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.8
7	11/09/2007	11:27:34	00:26:59	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.6
8	12/09/2007	11:29:20	00:26:34	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.9
9	13/09/2007	11:27:31	00:26:42	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
10	14/09/2007	11:28:28	00:26:59	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.6
11	17/09/2007	11:27:01	00:26:36	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
12	18/09/2007	11:27:28	00:26:17	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
13	19/09/2007	11:28:59	00:26:57	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	2.0
14	20/09/2007	11:25:18	00:26:58	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.4
15	21/09/2007	11:28:03	00:26:50	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
16	24/09/2007	11:30:29	00:26:56	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.9
17	25/09/2007	11:29:22	00:26:21	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.8
18	26/09/2007	11:30:36	00:26:39	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	2.0
19	27/09/2007	11:29:27	00:26:54	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.9
20	28/09/2007	11:28:19	00:26:16	TF1	LE DESTIN DE LISA		1	ACC	1.7
[TOTAL]		11:28:09	08:55:59						1.8
[TOTAL]		14:35:52	17:53:21						2.9

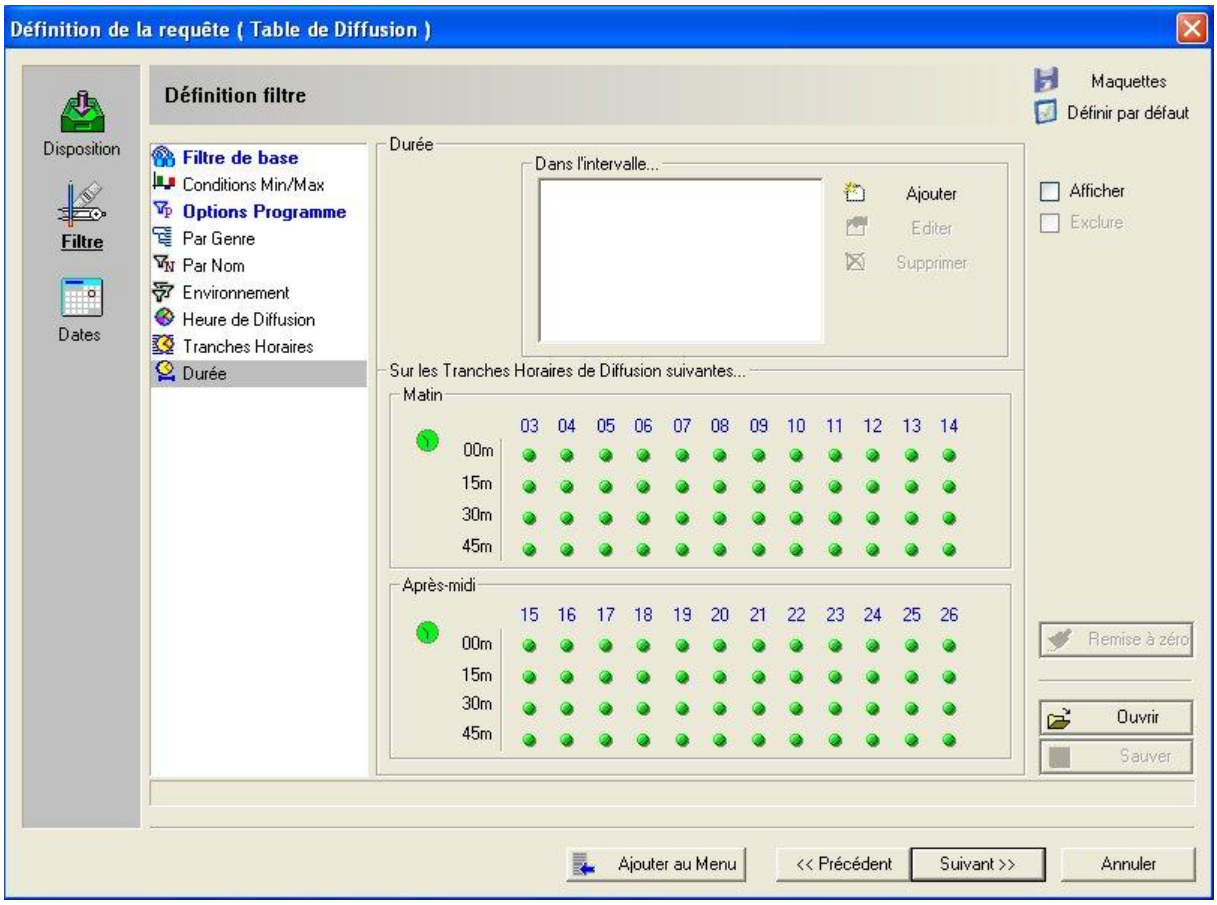
A NOTER

Chacune des tranches horaires se verra attribuer tous les programmes qui ont au moins 1 seconde en commun.

3.1.3.10. Sous-Axe "Durée"

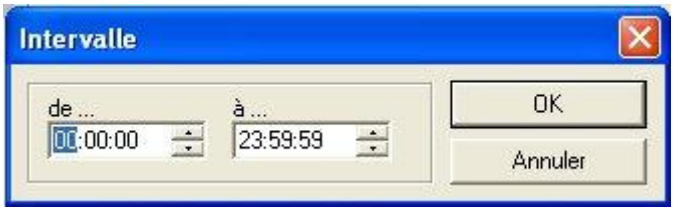
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Le sous-axe "Durée" permet de filtrer les programmes en fonction de leur durée.

> Pour paramétrer une ou plusieurs durées, cliquer sur le bouton "Ajouter", la pop-up suivante apparaît :



La sélection d'une durée s'applique en entrant une intervalle au format HH:MM:SS, pour paramétrer :

- une durée supérieure à 10 minutes, entrer l'intervalle **00:10:00** - 23:59:59 (Max)
- une durée inférieure à 10 minutes, entrer l'intervalle 00:00:00 (Min) - **00:10:00**
- une durée comprise entre 10 et 30 minutes, entrer l'intervalle **00:10:00** - **00:30:00**

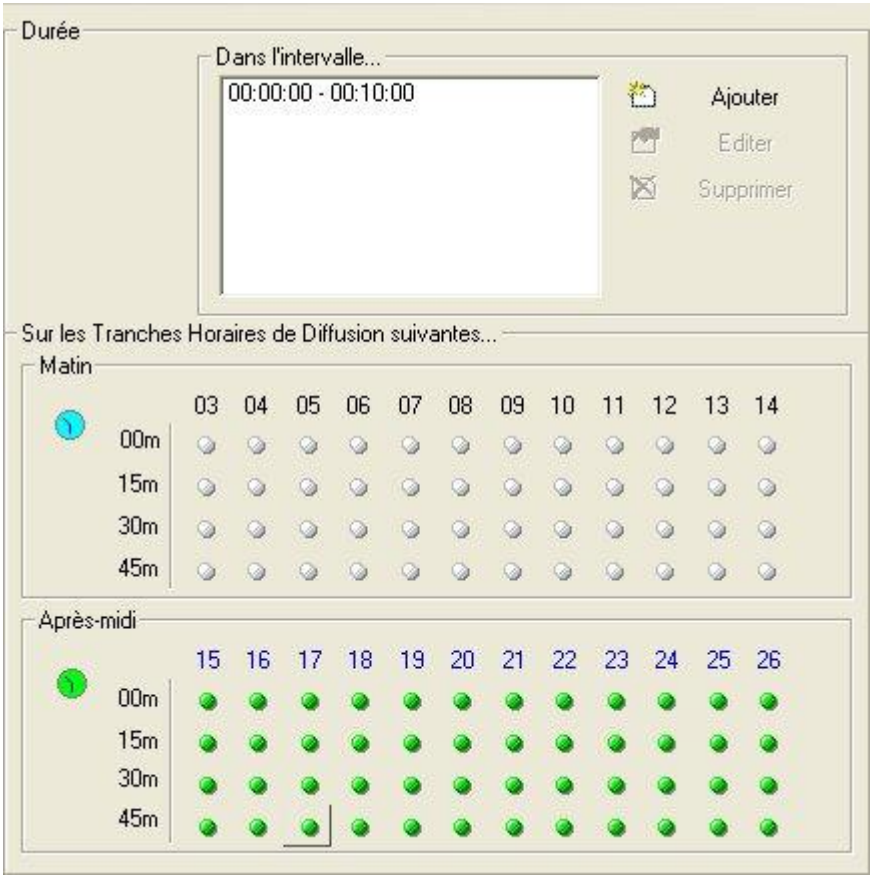
> Par défaut, le paramétrage appliqué est basé sur le principe : N'afficher que les programmes qui répondent au(x) filtre(s) appliqué(s) (Option "Inclure").
Pour appliquer l'option "Exclure", cocher la case "**Exclure**" ("Tout sauf…")

> Un paramétrage avancé propose d'associer chaque durée paramétrée à une tranche horaire de diffusion.
Ex :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

N'appliquer le filtre de durée (programme dont la durée est inférieure à 10 minutes) qu'aux seuls programmes diffusés après 15H00.

Pour cela, sélectionner **d'abord l'heure de diffusion puis la durée**.



Dans le tableau de résultats sont affichés :
- tous les programmes diffusés avant 15H00 et ce quelle que soit leur durée.
- et tous les programmes diffusés après 15H00 dont la durée est inférieure à 10 minutes.

A NOTER
L'application *MMW* applique l'intersection de tous les paramétrages appliqués au niveau des axes "Dates", "Filtres" et "Disposition". Si aucun programme ne correspond à tous les paramétrages appliqués. La requête ne restituera aucun résultat, le tableau affiché contiendra l'information suivante :

3.1.4. Tableau de résultats

Lignes bleues Programmes de type Emissions
Lignes vertes Programmes de type Auto-Promotion (Bande-Annonce)
Lignes Rouges Programmes de type Ecrans Publicitaires

Ligne [TOTAL] Moyenne ou somme (selon le paramétrage), dans cet exemple :
- Colonne "H.Début" = Moyenne
- Colonne "Durée" = Somme

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Colonne "TM% = Moyenne

3.1.4.1. Les différents types de tableaux obtenus

> Tableau de résultats sans regroupement (aucun champ placé en ligne)

Les programmes sont classés, par défaut, par ordre chronologique croissant de diffusion par date puis par heure de début.. Le tableau rappelle les résultats moyens correspondant à l'ensemble de la sélection au niveau de la ligne "Total". Cette ligne « Total » précise également le nombre d'événements contenu dans le tableau de résultats.

	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Ind4+ TM% {Moy}
1	05/05/2008	12:58:43	00:39:45	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	1	DA	10.8
2	05/05/2008	12:59:05	00:46:37	France 2	13 HEURES	ELISE LUCET	1	DAA	4.2
3	05/05/2008	12:55:27	00:04:57	France 3	BON APPETIT BIEN SUR		1	EBL	3.2
4	05/05/2008	13:00:24	00:00:11	France 3	AUTO PROMOTION	FRANCE 3 SUR INTERNET	1	IA	2.8
5	05/05/2008	13:00:35	00:00:08	France 3	BA	30 MILLIONS D AMIS COLLECTOR	1	IB	2.7
6	05/05/2008	13:00:43	00:02:04	France 3	12-13 METEO		1	DG	2.6
7	05/05/2008	13:02:47	00:00:44	France 3	BA	VA VIS ET DEVIENS	1	IB	2.3
8	05/05/2008	13:03:31	00:33:22	France 3	30 MILLIONS D AMIS	COLLECTOR	1	EBC	2.1
9	05/05/2008	12:44:19	00:58:04	Canal+ Petite Pige	L EDITION SPECIALE		1	EBJ	0.7
10	05/05/2008	12:50:10	00:16:16	M6	LE 1250	FRANCK GEORGEL	1	DAA	1.9
11	05/05/2008	13:06:26	00:01:39	M6	METEO 6		1	DG	1.4
12	05/05/2008	13:08:05	00:01:03	M6	LA ROUTE EN DIRECT		1	IF	1.3
13	05/05/2008	13:09:08	00:00:52	M6	BAP	NOUVELLE STAR	1	IB	1.3
14	05/05/2008	13:10:00	00:23:03	M6	TOUCHE PAS A MES FILLES	POM POM SOEURS	1	ACB	1.2
15	06/05/2008	12:58:47	00:40:23	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	1	DA	10.1
16	06/05/2008	12:59:04	00:46:46	France 2	13 HEURES	ELISE LUCET	1	DAA	4.3
17	06/05/2008	12:55:30	00:04:57	France 3	BON APPETIT BIEN SUR		1	EBL	2.3
18	06/05/2008	13:00:27	00:00:11	France 3	AUTO PROMOTION	FRANCE 3 SUR INTERNET	1	IA	1.8
19	06/05/2008	13:00:38	00:00:08	France 3	BA	30 MILLIONS D AMIS COLLECTOR	1	IB	1.7
20	06/05/2008	13:00:46	00:01:58	France 3	12-13 METEO		1	DG	1.7
21	06/05/2008	13:02:44	00:00:49	France 3	BAP	DES RACINES ET DES AILES	1	IB	1.7
22	06/05/2008	13:03:33	00:33:15	France 3	30 MILLIONS D AMIS	COLLECTOR	1	EBC	1.7
23	06/05/2008	12:44:08	00:58:25	Canal+ Petite Pige	L EDITION SPECIALE		1	EBJ	0.6
24	06/05/2008	12:48:02	00:17:16	M6	LE 1250	FRANCK GEORGEL	1	DAA	1.8
25	06/05/2008	13:05:18	00:01:28	M6	METEO 6		1	DG	1.3
26	06/05/2008	13:06:46	00:01:00	M6	LA ROUTE EN DIRECT		1	IF	1.2
27	06/05/2008	13:07:46	00:00:46	M6	BA	T EMPECHES TOUT LE MONDE DE DORMIR	1	IB	1.2
28	06/05/2008	13:08:32	00:25:31	M6	TOUCHE PAS A MES FILLES	LES PETITS MONSTRES D HALLOWEEN	1	ACB	1.1
[TOTAL] [28 Ev.]		13:00:24	07:41:38						3.5

> Tableau de résultats avec regroupement (au moins un champ est placé en ligne)

Le tableau obtenu contient autant de regroupements que d'items correspondant au(x) champ(s) placé(s) en ligne.
Dans chaque regroupement, les programmes sont classés par date et heure de début de diffusion. Une ligne portant le nom du regroupement apparaît pour chaque regroupement ainsi que la ligne "Total" correspondant à tous les événements tous regroupements confondus.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

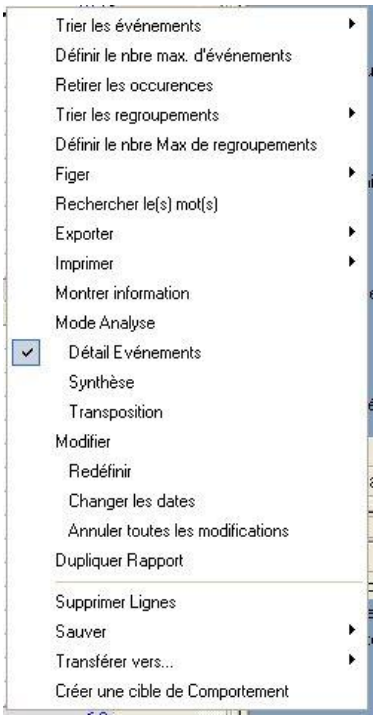
	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Ind4+ TM% {Moy}
TF1 [2 Ev.]									
1	05/05/2008	12:58:43	00:39:45	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	1	DA	10.8
2	06/05/2008	12:58:47	00:40:23	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	1	DA	10.1
[TOTAL]		12:58:45	01:20:08						10.5
France 2 [2 Ev.]									
1	05/05/2008	12:59:05	00:46:37	France 2	13 HEURES	ELISE LUCET	1	DAA	4.2
2	06/05/2008	12:59:04	00:46:46	France 2	13 HEURES	ELISE LUCET	1	DAA	4.3
[TOTAL]		12:59:04	01:33:23						4.3
France 3 [12 Ev.]									
1	05/05/2008	12:55:27	00:04:57	France 3	BON APPETIT BIEN SUR		1	EBL	3.2
2	05/05/2008	13:00:24	00:00:11	France 3	AUTO PROMOTION	FRANCE 3 SUR INTERNET	1	IA	2.8
3	05/05/2008	13:00:35	00:00:08	France 3	BA	30 MILLIONS D AMIS COLLECTOR	1	IB	2.7
4	05/05/2008	13:00:43	00:02:04	France 3	12-13 METEO		1	DG	2.6
5	05/05/2008	13:02:47	00:00:44	France 3	BA	VA VIS ET DEVIENS	1	IB	2.3
6	05/05/2008	13:03:31	00:33:22	France 3	30 MILLIONS D AMIS	COLLECTOR	1	EBC	2.1
7	06/05/2008	12:55:30	00:04:57	France 3	BON APPETIT BIEN SUR		1	EBL	2.3
8	06/05/2008	13:00:27	00:00:11	France 3	AUTO PROMOTION	FRANCE 3 SUR INTERNET	1	IA	1.8
9	06/05/2008	13:00:38	00:00:08	France 3	BA	30 MILLIONS D AMIS COLLECTOR	1	IB	1.7
10	06/05/2008	13:00:46	00:01:58	France 3	12-13 METEO		1	DG	1.7
11	06/05/2008	13:02:44	00:00:49	France 3	BAP	DES RACINES ET DES AILES	1	IB	1.7
12	06/05/2008	13:03:33	00:33:15	France 3	30 MILLIONS D AMIS	COLLECTOR	1	EBC	1.7
[TOTAL]		13:00:35	01:22:44						2.0
M6 [10 Ev.]									
1	05/05/2008	12:50:10	00:16:16	M6	LE 1250	FRANCK GEORGEL	1	DAA	1.9
2	05/05/2008	13:06:26	00:01:39	M6	METEO 6		1	DG	1.4
3	05/05/2008	13:08:05	00:01:03	M6	LA ROUTE EN DIRECT		1	IF	1.3
4	05/05/2008	13:09:08	00:00:52	M6	BAP	NOUVELLE STAR	1	IB	1.3
5	05/05/2008	13:10:00	00:23:03	M6	TOUCHE PAS A MES FILLES	POM POM SOEURS	1	ACB	1.2
6	06/05/2008	12:48:02	00:17:16	M6	LE 1250	FRANCK GEORGEL	1	DAA	1.8
7	06/05/2008	13:05:18	00:01:28	M6	METEO 6		1	DG	1.3
8	06/05/2008	13:06:46	00:01:00	M6	LA ROUTE EN DIRECT		1	IF	1.2
9	06/05/2008	13:07:46	00:00:46	M6	BA	T EMPECHES TOUT LE MONDE DE DORMIR	1	IB	1.2
10	06/05/2008	13:08:32	00:25:31	M6	TOUCHE PAS A MES FILLES	LES PETITS MONSTRES D HALLOWEEN	1	ACB	1.1
[TOTAL]		13:04:01	01:28:54						1.4
Canal+ Petite Pige [2 Ev.]									
1	05/05/2008	12:44:19	00:58:04	Canal+ Petite Pige	L EDITION SPECIALE		1	EBJ	0.7
2	06/05/2008	12:44:08	00:58:25	Canal+ Petite Pige	L EDITION SPECIALE		1	EBJ	0.6
[TOTAL]		12:44:13	01:56:29						0.6
[TOTAL] [28 Ev.]		13:00:24	07:41:38						3.5

Dans cet exemple le champ "Chaîne" a été placé en ligne au niveau de l'axe "Disposition" de la sélection.

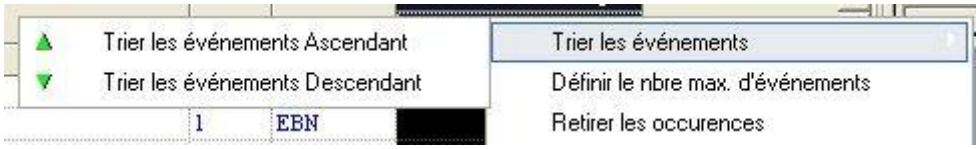
3.1.4.2. Les options du tableau de résultats > Clic Droit

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



> Trier les événements



- Sélectionner la colonne sur laquelle le tri doit être appliqué, puis clic droit, sélectionner l'option "Trier les événements". Puis appliquer le type de tri souhaité (Ascendant/Descendant).

- Pour appliquer un tri secondaire, sélectionner une seconde colonne sur laquelle sera appliquée ce tri secondaire. Puis clic droit et sélection à nouveau de l'option "Trier les événements". Le menu suivant apparaît :

Sélectionner l'option "Trier les événements … (Secondaire)"

- Pour annuler le ou les tris appliqués, clic droit et sélection de l'option "Trier les événements", puis "Annuler Tri".

A NOTER
Toutes ces options peuvent également être appliquées au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Définir le nombre max d'événements

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Cette option a pour fonction de ne conserver que les n premières lignes de chaque regroupement. Cette option est intéressante dans le cadre des palmarès. Au préalable il est donc nécessaire d'appliquer un tri descendant avant d'appliquer un filtre sur n premières lignes.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

En sélectionnant cette option, la popup suivante apparaît :

La valeur par défaut est 10 événements.

Exemple :

Données en entrée

Dates	08/10/2007
Chaînes	Toutes les chaînes hertziennes historiques
Indicateur	TM%
Cible	Individus 4+
Heure de Diffusion	20H00 - 23H00
Programmes	Emissions uniquement de plus de 10 minutes
Tri appliqué	Sur le TM% en mode descendant
Nbre Max d'événements	5

Tableau de résultats obtenu

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM%{Moy}
1	08/10/2007	19:58:55	00:37:26	TF1	TF1 20 HEURES	PATRICK POIVRE D ARVOR	1	DA	16.4
2	08/10/2007	20:53:31	00:39:50	France 2	COLD CASE	BREBIS EGAREES	1	ACA	13.7
3	08/10/2007	20:53:38	01:35:28	TF1	VALENTINE ET CIE		1	ABF	13.3
4	08/10/2007	21:40:40	00:40:21	France 2	COLD CASE	DE MAINS EN MAINS	1	ACA	11.7
5	08/10/2007	22:27:34	00:43:26	France 2	COLD CASE	L AMOUR PAS LA GUERRE	1	ACA	9.6
[TOTAL]		21:10:51	04:16:31						12.9

> Retirer les occurrences

Cette option permet de supprimer les éventuelles occurrences qui pourraient apparaître dans un palmarès. C'est-à-dire que pour un même programme récurrent (une série, un journal télévisé…) qui pourrait apparaître plusieurs fois dans un palmarès, le tableau de résultats ne retiendra que sa meilleure performance sur la période.

Exemple :
Palmarès des 10 meilleures séries TV toutes chaînes confondues sur le mois de septembre 2007.

Données en entrée :

Dates :	Mois de septembre Médiamat 2007
Cibles :	Individus de 4 ans et +
Chaînes :	Toutes les chaînes hertziennes
Tranches Horaires :	03H00-27H00
Indicateurs :	TM%
Programmes :	Emissions de genre "Fiction"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Options de Disposition : Tri descendant sur TM% + Nbre Max d'Ev. = 10

Tableau de résultats obtenu :

	Date	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	H.Début	Durée	Individus de 4 ans et plus TM% (Moy)
1	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	MORT EN EAUX TROUBLES	1	ACA	20:56:10	00:44:05	18.4
2	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	SOUS LES FEUX DE LA RAMPE	1	ACA	21:40:15	00:48:19	17.0
3	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	PUBLICITE MACABRE	1	ACA	20:50:54	00:42:15	16.9
4	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	TRAIN D ENFER	1	ACA	21:33:09	00:46:03	16.0
5	18/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	CHUTE LIBRE	1	ACA	20:58:13	00:44:09	15.0
6	26/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	SANS VISAGE	1	ACA	20:57:29	00:43:34	14.8
7	17/09/2007	France 2	COLD CASE	UNE JOURNEE INOUBLIABLE	1	ACA	20:52:49	00:43:08	14.6
8	24/09/2007	France 2	COLD CASE	AU NOM DU FRERE	1	ACA	20:51:58	00:41:08	14.3
9	18/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	NE QUITTEZ PAS	1	ACA	21:42:22	00:47:27	14.3
10	26/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	TROIS KILOS DE MOINS	1	ACA	21:41:03	00:46:06	14.2
[TOTAL]							21:12:26	07:26:14	15.5

Pour supprimer les occurrences, ici, "LES EXPERTS MIAMI", "LES EXPERTS MANHATTAN" et "COLD CASE", sélectionner la colonne "Programme" (il faut au préalable avoir appliquer un tri) et appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats, le menu suivant apparaît :

Sélectionner l'option "Retirer les occurrences", le tableau de résultats est automatiquement rafraîchi, n'apparaît maintenant que la meilleure performance de chacune des meilleures séries.

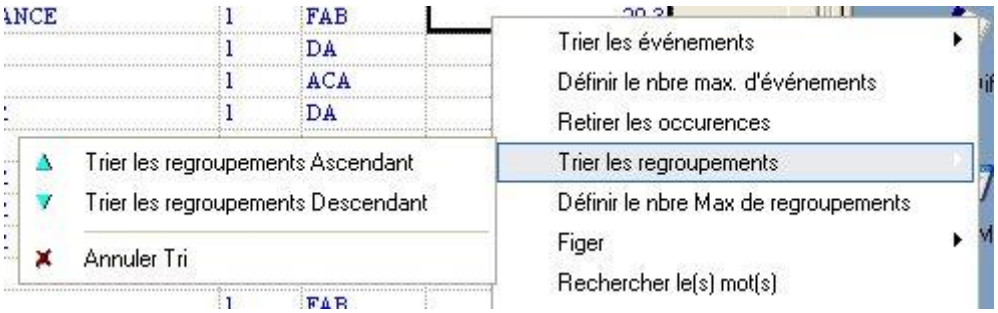
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Date	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	H.Début	Durée	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
1	25/09/2007	TF1	LES EXPERTS MIAMI	MORT EN EAUX TROUBLES	1	ACA	20:56:10	00:44:05	18.4
2	05/09/2007	TF1	LES EXPERTS MANHATTAN	PUBLICITE MACABRE	1	ACA	20:50:54	00:42:15	16.9
3	17/09/2007	France 2	COLD CASE	UNE JOURNEE INOUBLIABLE	1	ACA	20:52:49	00:43:08	14.6
4	03/09/2007	TF1	PERE ET MAIRE	POIDS PLUME	1	ACC	20:54:19	01:35:37	12.3
5	06/09/2007	TF1	SECTION DE RECHERCHES	APPARENCES	1	ACA	20:53:41	00:59:09	11.7
6	05/09/2007	TF1	ESPRITS CRIMINELS DEPARTEMENT DES SCIEN	LA QUETE 1ERE PARTIE	1	ACA	22:19:12	00:45:43	10.5
7	12/09/2007	M6	N C I S ENQUETES SPECIALES	A L AMOUR A LA MORT	1	ACA	21:40:07	00:47:43	10.0
8	13/09/2007	M6	PRISON BREAK	OTIS	1	ACC	21:38:53	00:46:34	9.3
9	26/09/2007	France 2	LOUIS PAGE	LE DON D ELSA	1	ACC	20:56:06	01:24:35	8.3
10	10/09/2007	TF1	L HOPITAL	FRAGILES - EPISODE PILOTE	1	ACC	20:54:00	00:51:03	8.3
[TOTAL]							21:11:37	09:19:52	11.7

L'icône apparaît dans l'entête de colonne "Programme" pour signifier que l'option "Retirer les occurrences" a été appliquée.
Pour annuler cette option, appliquer à nouveau un clic droit et désélectionner l'option "Retirer les occurrences".

> Trier les regroupements

L'option "Trier les regroupements" permet de trier les regrouper les regroupements en fonction du résultat de la ligne "Totaux" de chaque regroupement.



- Comme pour l'option "Trier les événements", il est possible d'appliquer un tri ascendant ou un tri descendant.

- Pour annuler le tri appliqué, clic droit et sélection de l'option "Trier les regroupements", puis "Annuler Tri".

A NOTER
Toutes ces options peuvent également être appliquées au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Définir le nombre max de regroupements

Cette option a pour fonction de ne conserver que les n premiers regroupements du tableau.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

En sélectionnant cette option, la popup suivante apparaît :

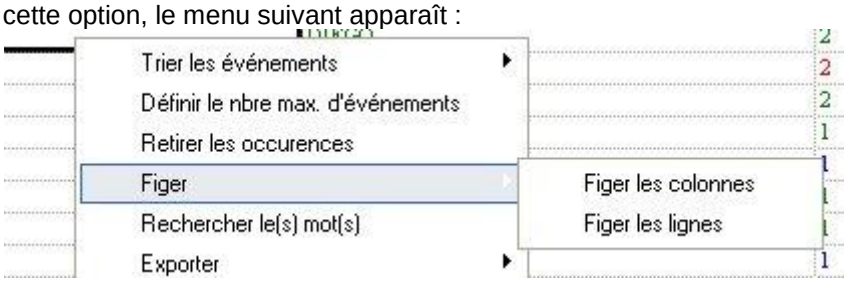
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

La valeur par défaut est 10 regroupements.

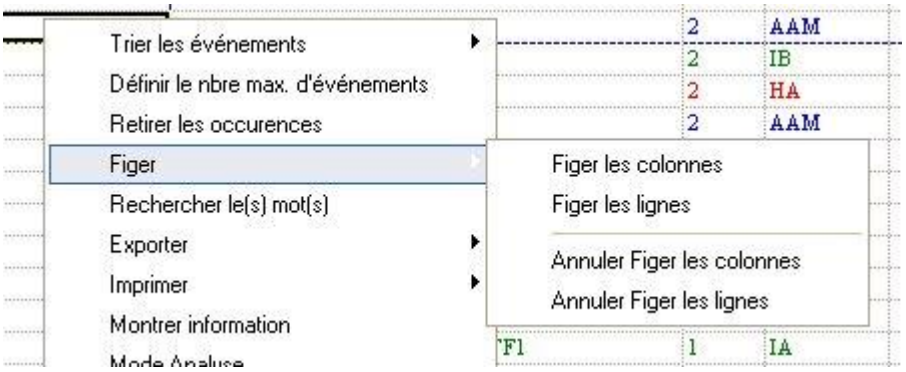
> Figer

L'option "Figer" permet de reproduire une fonctionnalité propre à Excel, à savoir figer les lignes et les colonnes.

En cliquant sur cette option, le menu suivant apparaît :



- Sélectionner alors l'option à appliquer.
- Pour annuler le mode figer, appliquer à nouveau un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner les options "Annuler".



> Rechercher le(s) mot(s)

L'option "Rechercher le(s) mot(s)" permet de rechercher une chaîne de caractères au niveau des colonnes propres aux libellés des programmes (Programme ; Libellé Complémentaire et Libellé Complet).

En cliquant sur cette option, la popup suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

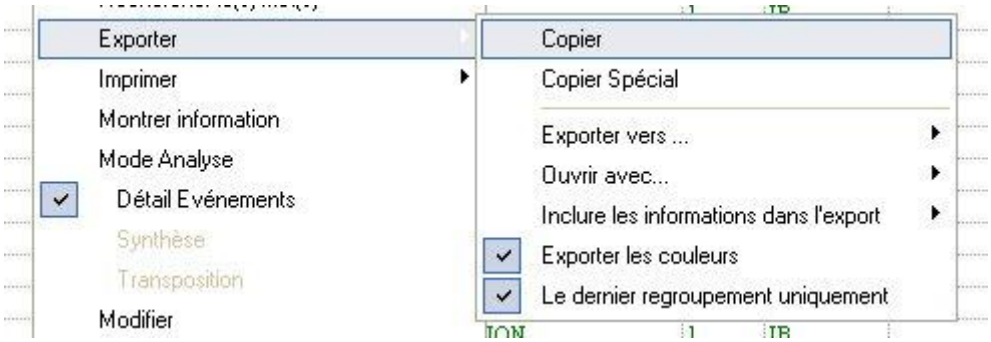
Entrer alors la chaîne de caractères souhaitée.

> Exporter

Il est possible d'exporter les résultats sous Excel et sous Texte.

Copier = permet de copier les cellules sélectionnées uniquement (les entêtes de lignes et de colonnes ne seront pas reprises dans l'export).

Copier Spécial = permet de copier les cellules sélectionnées ainsi que les entêtes de lignes et de colonnes



=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également de copier et d'appliquer un copier spécial (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

=> Ou bien cliquer sur l'option "**Editer**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :

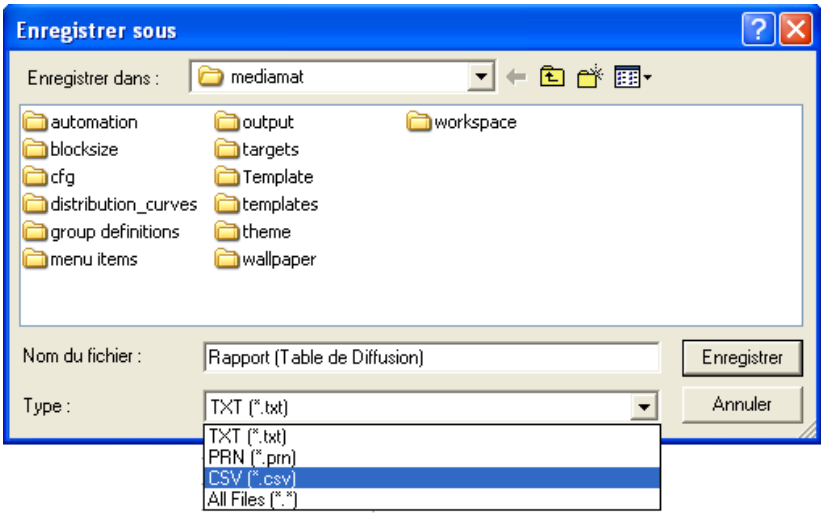
Exporter vers… = Le fichier Excel/Texte n'est pas ouvert, l'application *MMW* propose alors de l'enregistrer dans le répertoire souhaité.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

A NOTER

Pour exporter un fichier au format .CSV, sélectionner l'option « **Exporter vers… Txt** », la fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner le format .CSV ainsi que le répertoire où sera exporté le fichier puis cliquer sur le bouton « Enregistrer ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Ouvrir vers… = Le fichier Excel/Texte est automatiquement ouvert.

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également :

- **D'exporter sous Excel et Texte (de gauche à droite)**
- **D'ouvrir sous Excel et Texte (de gauche à droite)**

> Imprimer

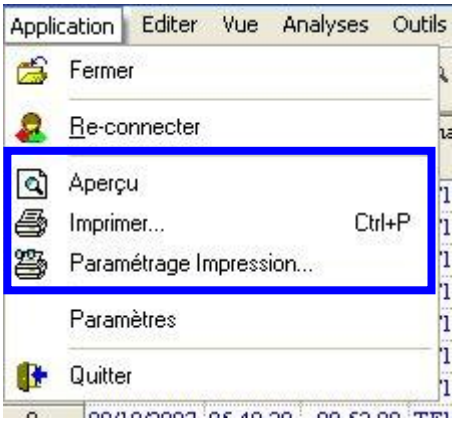
Appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner l'option "**Imprimer**", le menu suivant apparaît :

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'imprimer et de lancer un aperçu avant impression (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

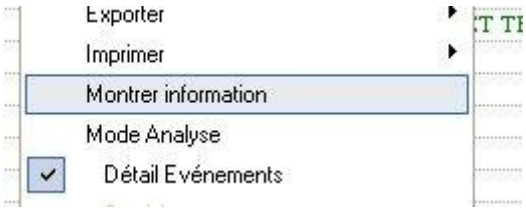
=> Ou bien cliquer sur l'option "**Application**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

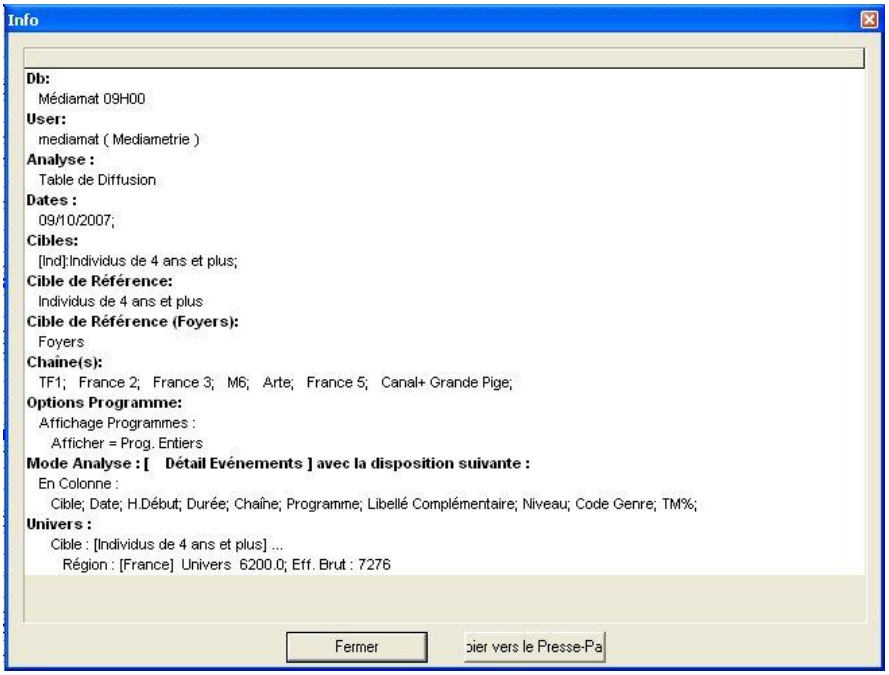


> Montrer Information



Cette option permet d'afficher une fenêtre récapitulant tous les paramètres appliqués dans l'analyse en cours (période d'analyse, cible(s), chaîne(s), filtres programme, disposition…).

En sélectionnant cette option, la fenêtre suivante apparaît :


Info
Db:
Médiamat 09H00
User:
mediamat (Mediametrie)
Analyse :
Table de Diffusion
Dates :
09/10/2007;
Cibles:
[Ind]:Individus de 4 ans et plus;
Cible de Référence:
Individus de 4 ans et plus
Cible de Référence (Foyers):
Foyers
Chaine(s):
TF1; France 2; France 3; M6; Arte; France 5; Canal+ Grande Pige;
Options Programme:
Affichage Programmes :
Afficher = Prog. Entiers
Mode Analyse : [Détail Evénements] avec la disposition suivante :
En Colonne :
Cible; Date; H.Début; Durée; Chaîne; Programme; Libellé Complémentaire; Niveau; Code Genre; TM%;
Univers :
Cible : [Individus de 4 ans et plus] ...
Région : [France] Univers 6200.0; Eff. Brut : 7276
Fermer
pier vers le Presse-Pa

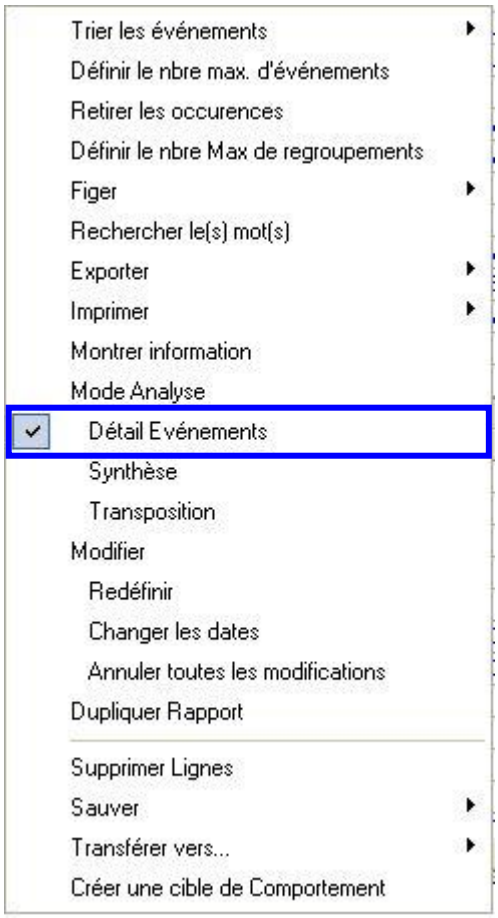
=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'afficher les informations

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

A NOTER
Ces informations figureront également au niveau des exports et des impressions.

> Détail Evénements (Mode Analyse)



Le mode analyse "Détail Evénements" permet d'obtenir un tableau de résultats reprenant l'ensemble des événements (dans le cadre d'une analyse "Table de Diffusion", des programmes).

En sélectionnant cette option (option par défaut), on obtient le tableau de résultats suivant :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Données en entrée

Date	08/10/2007
Chaîne	Toutes les chaînes historiques hertziennes
Cible	Individus de 4 ans et plus
Indicateur	TM%
Heure de diffusion	20H00-21H00
Filtre programme	Emissions de plus de 10 minutes
Disposition	**Le champ "Chaîne" est placé en ligne** **Mode Analyse = Détail Evénements**

Tableau de résultats obtenu

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% (Moy)
TF1 [16 Ev.]									
1	06/10/2007	20:47:35	02:06:33	TF1	RUGBY COUPE DU MONDE	NOUVELLE-ZELANDE - FRANCE	1	FAB	29.3
2	07/10/2007	19:57:59	00:30:01	TF1	TF1 20 HEURES	CLAIRE CHAZAL	1	DA	18.8
3	02/10/2007	20:51:19	00:44:23	TF1	LES EXPERTS MIAMI	PRIS POUR CIBLE	1	ACA	17.3
4	01/10/2007	19:58:49	00:37:46	TF1	TF1 20 HEURES	PATRICK POIVRE D ARVOR	1	DA	16.3
5	06/10/2007	19:56:54	00:30:06	TF1	TF1 20 HEURES	CLAIRE CHAZAL	1	DA	16.1
6	04/10/2007	19:58:53	00:37:17	TF1	TF1 20 HEURES	PATRICK POIVRE D ARVOR	1	DA	15.9
7	03/10/2007	19:58:40	00:31:04	TF1	TF1 20 HEURES	PATRICK POIVRE D ARVOR	1	DA	15.7
8	02/10/2007	19:58:44	00:37:32	TF1	TF1 20 HEURES	PATRICK POIVRE D ARVOR	1	DA	15.5
9	05/10/2007	19:58:43	00:36:32	TF1	TF1 20 HEURES	CLAIRE CHAZAL	1	DA	15.0
10	07/10/2007	20:48:04	01:53:41	TF1	RUGBY COUPE DU MONDE	ARGENTINE - ECOSSE	1	FAB	14.6
11	03/10/2007	20:45:04	00:46:11	TF1	1ERE MI TEMPS FOOTBALL		3	FAA	13.3
12	04/10/2007	20:53:47	01:40:43	TF1	FEMMES DE LOI	LA FILLE DE L AIR	1	ACA	12.3
13	03/10/2007	20:45:03	01:50:55	TF1	FOOT-MATCH	FC LIVERPOOL - MARSEILLE	2	FAA	12.0
14	05/10/2007	20:53:07	02:24:43	TF1	LES 30 HISTOIRES LES PLUS MYSTERIEUSES		1	EBN	11.9
15	03/10/2007	20:40:06	02:01:49	TF1	FOOT-LIGUE CHAMPIONS	FC LIVERPOOL - MARSEILLE	1	FAA	11.8
16	01/10/2007	20:53:25	01:34:47	TF1	SAUVEUR GIORDANO	DESCENTE AUX ENFERS	1	ACC	10.4
[TOTAL]		20:26:38	19:04:03						15.1
France 2 [16 Ev.]									
1	01/10/2007	20:51:37	00:43:11	France 2	COLD CASE	SOUS LE MASQUE	1	ACA	12.1
2	07/10/2007	19:59:30	00:37:58	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	LAURENT DELAHOUSSE	1	DAA	9.9
3	01/10/2007	19:58:57	00:38:09	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	DAVID PUJADAS	1	DAA	9.4
4	02/10/2007	19:59:13	00:38:22	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	DAVID PUJADAS	1	DAA	9.4
5	03/10/2007	19:58:56	00:38:29	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	DAVID PUJADAS	1	DAA	8.8
6	04/10/2007	19:58:58	00:37:07	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	DAVID PUJADAS	1	DAA	8.4
7	05/10/2007	19:59:34	00:36:09	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	LAURENT DELAHOUSSE	1	DAA	8.0
8	06/10/2007	19:58:27	00:40:57	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	LAURENT DELAHOUSSE	1	DAA	7.8
9	04/10/2007	20:57:19	00:46:55	France 2	REPORTAGE	AZNAVOUR L AUTRE VISAGE	2	DDB	7.4
10	07/10/2007	20:57:41	01:37:00	France 2	POUR UN GARCON		2	AAA	6.9
11	04/10/2007	20:55:00	01:59:27	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	6.8
12	05/10/2007	20:53:36	00:54:50	France 2	SUR LE FIL	TUYAU PERCE	2	ACA	6.6
13	02/10/2007	20:54:44	01:20:44	France 2	NOTABLE DONC COUPABLE	1ERE PARTIE	1	ABF	6.1
14	06/10/2007	20:57:50	00:39:52	France 2	FBI PORTES DISPARUS	UNE VIE RANGEE	1	ACA	5.0
15	05/10/2007	20:53:26	02:48:44	France 2	UNE SOIREE DE POLARS		1	A	4.8
16	07/10/2007	20:55:39	04:32:23	France 2	DIMANCHE 2 CINEMA		1	EBH	3.6
[TOTAL]		20:30:39	19:50:17						6.3
France 3 [15 Ev.]									
1	03/10/2007	20:21:36	00:24:14	France 3	PLUS BELLE LA VIE		1	AD	9.7
2	01/10/2007	20:22:20	00:24:04	France 3	PLUS BELLE LA VIE		1	AD	9.5
3	04/10/2007	20:23:24	00:24:09	France 3	PLUS BELLE LA VIE		1	AD	9.3
4	02/10/2007	20:22:00	00:24:20	France 3	PLUS BELLE LA VIE		1	AD	8.8
5	05/10/2007	20:23:16	00:24:06	France 3	PLUS BELLE LA VIE		1	AD	8.4
6	03/10/2007	20:55:41	01:47:43	France 3	REPORTAGE	DANS LE SECRET DES REINES DU NIL	2	DDB	7.5
7	03/10/2007	20:54:56	01:48:38	France 3	DES RACINES ET DES AILES	DANS LE SECRET DES REINES DU NIL	1	EBJ	7.5
8	07/10/2007	20:54:51	01:28:43	France 3	MAIGRET	MEURTRE DANS UN JARDIN POTAGER	1	ACA	5.9
9	01/10/2007	20:56:04	01:50:49	France 3	VIE PRIVEE VIE PUBLIQUE	SOMMES-NOUS FAITS POUR VIVRE EN COUPLE	1	EBJ	5.6
10	05/10/2007	20:56:46	01:47:39	France 3	THALASSA	LE TOUR DU MONDE...NEW YORK - PANAMA	1	EBF	5.4
11	04/10/2007	20:57:07	01:34:43	France 3	LES MARIEES DE L ISLE BOURBON	2EME PARTIE	1	ABF	4.7
12	02/10/2007	20:56:08	01:42:51	France 3	ENNEMIS RAPPROCHES		1	AAB	4.6

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

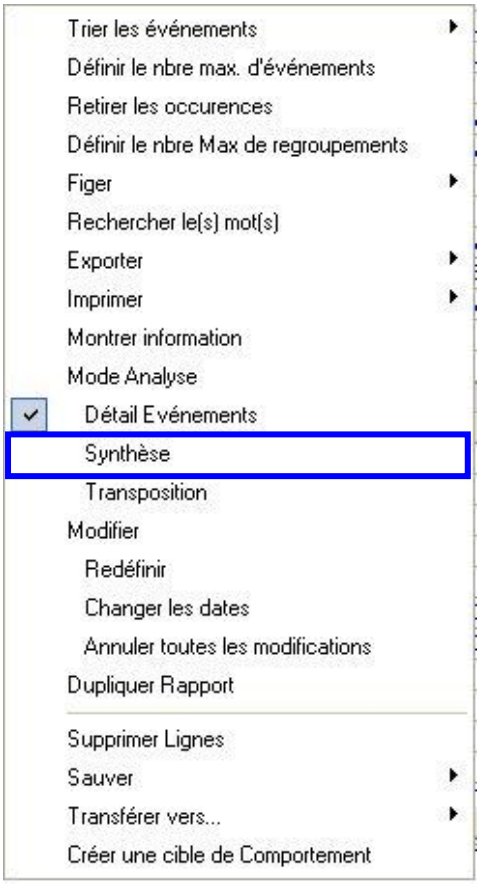
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

> Synthèse (Mode Analyse)



Le mode analyse "Synthèse" permet d'obtenir un tableau de résultats qui ne reprend que les lignes "Totaux" de chacun des regroupements appliqués. De plus, les différentes lignes « Totaux » indiquent le nombre d'événements contenu dans les différents regroupements.

Dans l'exemple de tableau de résultats repris au niveau du paragraphe "Détail Evénements (Mode Analyse)" précédent, l'application de cette option permet d'obtenir le tableau de résultats suivant :

Données en entrée

Date	08/10/2007
Chaîne	Toutes les chaînes historiques hertziennes
Cible	Individus de 4 ans et plus
Indicateur	TM%
Heure de diffusion	20H00-21H00
Filtre programme	Emissions de plus de 10 minutes
Disposition	**Le champ "Chaîne" est placé en ligne** **Mode Analyse = Synthèse**

Tableau de résultats obtenu

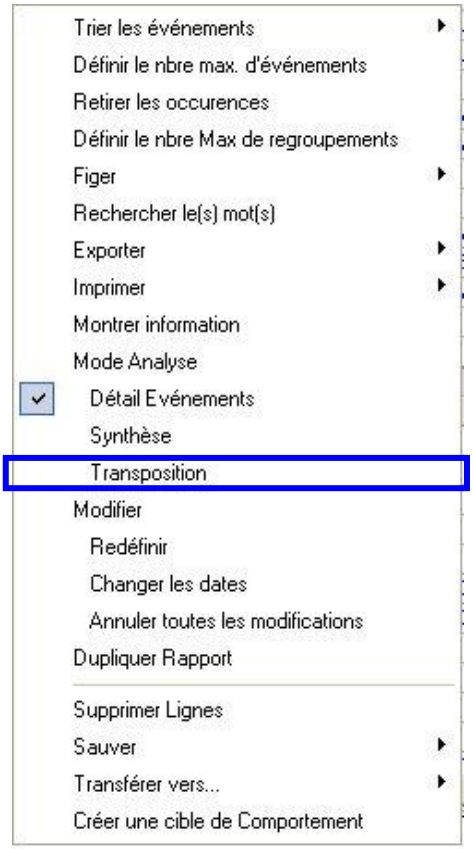
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Valeur Commune		Ind4+
	H.Début {Moy}	Durée {Som}	TM% {Moy}
TF1 [2 Ev.]	20:23:31	02:16:24	17.7
France 2 [2 Ev.]	20:25:12	01:20:36	9.7
France 3 [2 Ev.]	20:39:17	02:15:52	7.5
M6 [3 Ev.]	20:34:49	05:55:27	5.4
Arte [4 Ev.]	20:11:20	03:35:26	1.3
Canal+ [2 Ev.]	20:31:55	06:44:40	0.5
[TOTAL] [15 Ev.]	20:25:58	22:08:25	5.0

=> Seules les lignes "Totaux" (moyenne/somme) de chaque regroupement apparaissent.
=> Seules les colonnes "Audience" (ici TM%) et "Valeur Commune" (ici Heure de Début (Moyenne) et Durée (Somme)) sont reprises.
Ce sont en fait les colonnes dont on peut déduire une valeur moyennée ou cumulée qui sont conservées dans le mode "Synthèse". Les informations unitaires (date de diffusion, libellé, genre…), elles disparaissent au même titre que les lignes qui correspondent au détail des événements.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Transposition (Mode Analyse)



Le mode analyse "Transposition" est propre à l'analyse standard "Minute à Minute" puisqu'elle permet de placer tous les champs en ligne ou en onglet. Elle permet également d'appliquer une superposition de colonnes.

Cependant, elle peut être intéressante dans le cadre d'une analyse "Table de Diffusion" à partir du moment où le nombre de programmes analysés est très réduit.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Le mode analyse "Transposition" permet, par exemple, d'obtenir le tableau de résultats suivant :

Données en entrée

Date	06/10/2007
Chaîne	TF1
Cible	une quinzaine de cibles
Indicateur	TM%
Filtre programme	Par Nom = RUGBY MATCH
Disposition	**Mode Analyse = Transposition** **"Cible" en ligne** **"TM%", "Dates" puis "Libellé Complet" en colonne**

Tableau de résultats obtenu

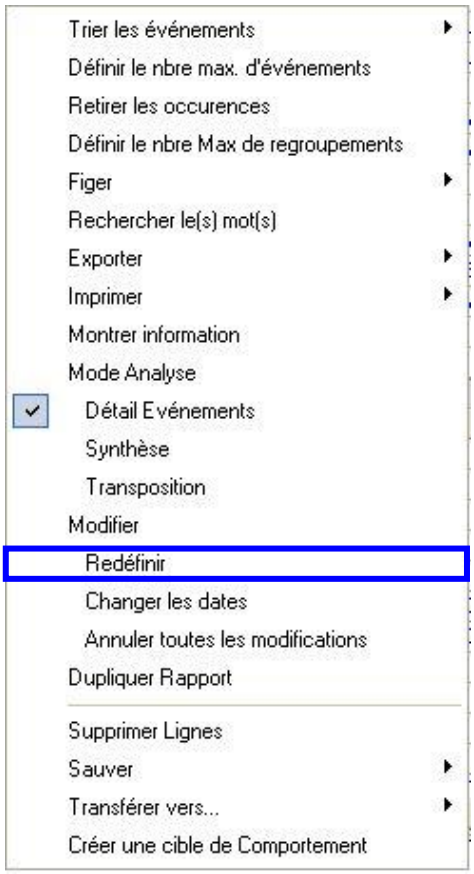
	TM% (Moy)	
	06/10/2007	
	RUGBY MATCH \ AUSTRALIE - ANGLETERRE	RUGBY MATCH \ NOUVELLE-ZELANDE - FRANCE
Individus de 4 ans et plus	8.2	29.4
Femmes de plus de 15 ans	6.0	25.4
Hommes de plus de 15 ans	12.4	36.4
Enfants de 4-14 ans	2.7	21.8
Individus de 15-34 ans	6.8	27.3
Individus de 35-59 ans	9.0	32.7
Individus de 60 ans et plus	11.2	28.8
Actifs	8.0	31.4
Individus inactifs	7.6	24.1
Individus de CSP+	8.5	31.7
Individus CSP- (CSP 1,5,6 INSEE)	7.6	31.1

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Redéfinir (Modifier)

L'option "Redéfinir" permet de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Disposition" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.

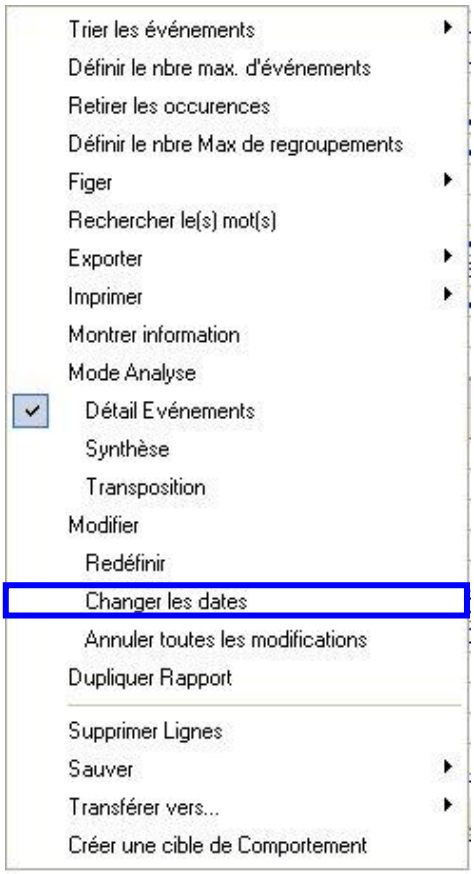
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Changer les dates (Modifier)

L'option "Changer les dates" permet elle aussi de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Dates" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

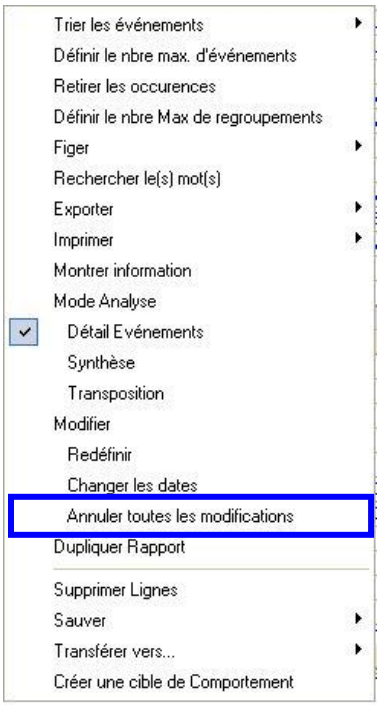


> Annuler toutes les modifications (Modifier)

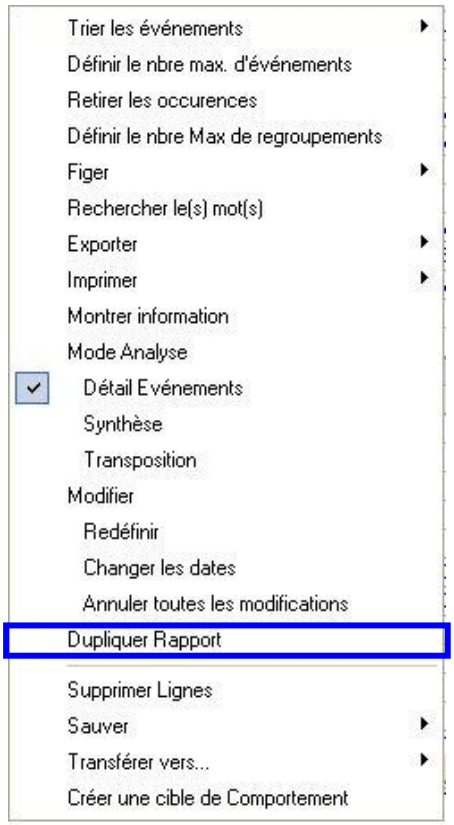
L'option "Annuler toutes les modifications" permet de retrouver le premier tableau de résultats obtenu et donc d'annuler toutes les éventuelles modifications qui auraient pu être apportées (ajout cible, ajout indicateur, placement de disposition différent, application d'un tri…)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



> Dupliquer Rapport

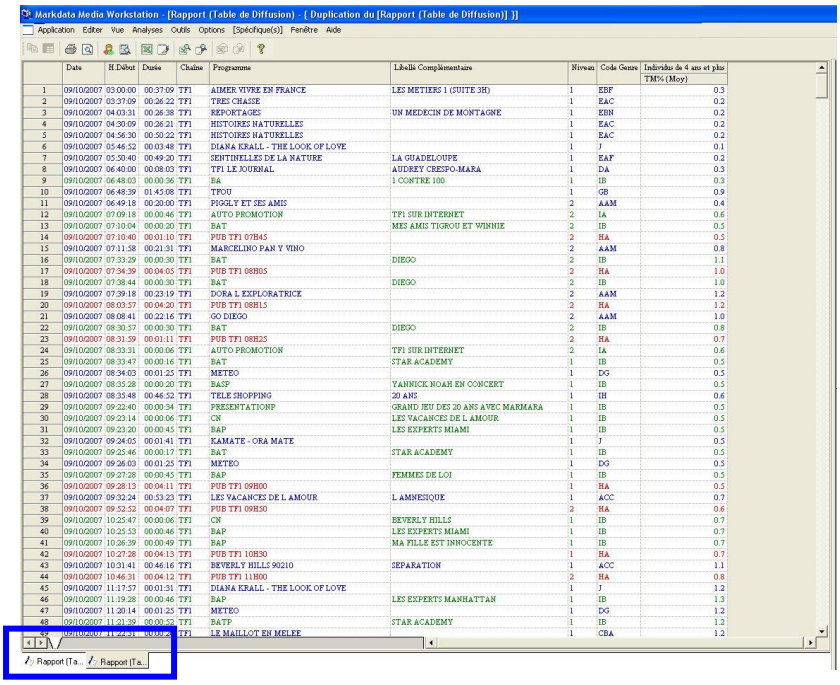


L'option "Dupliquer Rapport" permet de copier l'analyse obtenue tout en modifiant éventuellement certains paramètres.

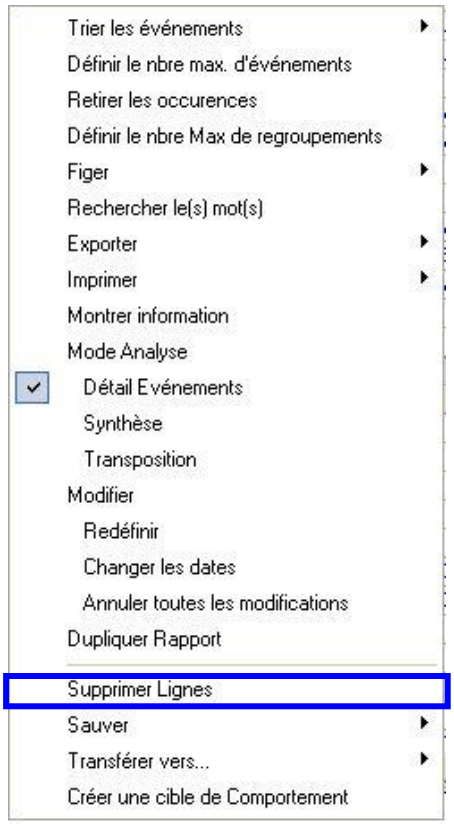
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Elle correspond donc aux options "Redéfinir" et "Changer les dates" décrites précédemment mais contrairement à ces deux premières options, l'analyse initiale est conservée.


Markdata Media Workstation - [Rapport (Table de Diffusion) - (Duplication du [Rapport (Table de Diffusion)])]
Application Editer Vue Analyses Outils Options [Spécifique(s)] Fenêtre Aide
Rapport (Ta...
Rapport (Ta...

> Supprimer Lignes

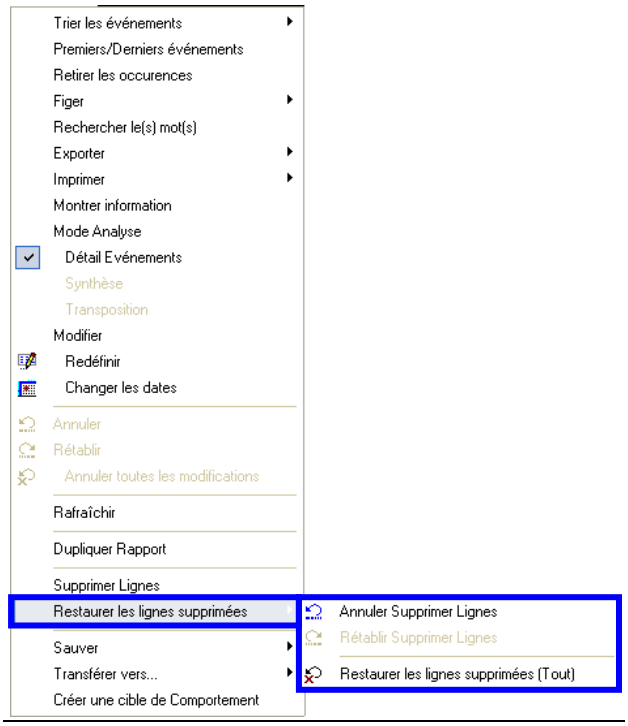


L'option "**Supprimer Lignes**" permet de supprimer les lignes d'événements une à une.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

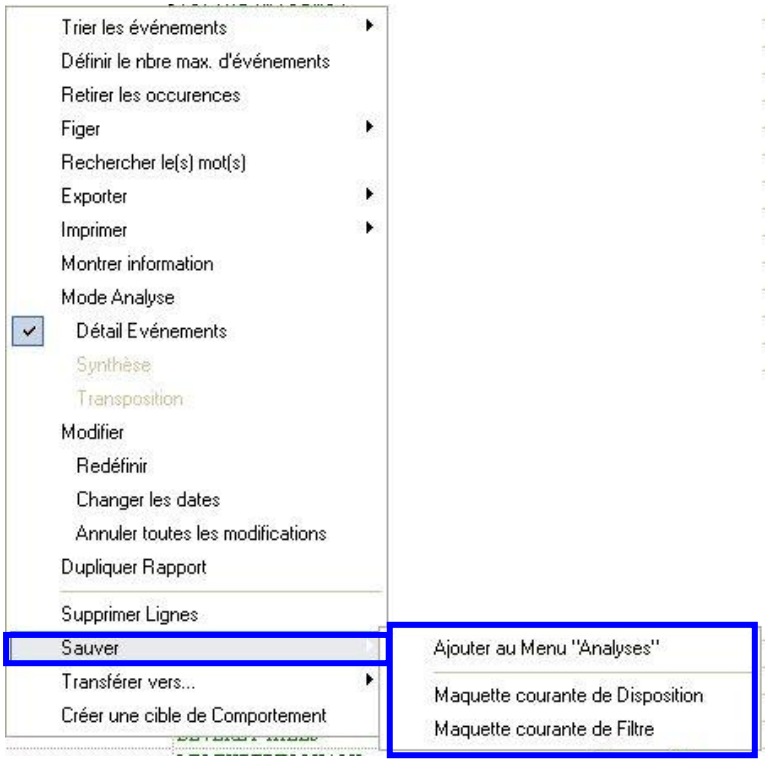
Il est possible de supprimer une ligne d'événements mais aussi plusieurs lignes d'événements en même temps. Pour cela, sélectionner les différentes lignes à partir de la à l'aide de la touche "Ctrl" du clavier.
Les lignes sélectionnées disparaissent du tableau de résultats, les valeurs totales (somme/moyenne) des regroupements dans lesquels au moins une ligne a été supprimée sont automatiquement recalculées.
Pour faire réapparaître les lignes ainsi supprimées, appliquer de nouveau un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner l'option "**Restaurer les lignes supprimées**".



Pour faire réapparaître les lignes une à une (selon leur ordre décroissant de suppression), cliquer sur l'option « Annuler Supprimer Lignes ». Pour que toutes les lignes supprimées réapparaissent, cliquer sur l'option « Restaurer les lignes supprimées (Tout) ».
Les valeurs totales (somme/moyenne) des regroupements dans lesquels au moins une ligne réapparaît sont automatiquement recalculées.

> Sauver

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



L'option "**Sauver**" permet :
- d'enregistrer l'ensemble des paramétrages de l'analyse courante (enregistrement des 3 maquettes utilisées dans une analyse : Disposition / Filtre / Dates),
- d'enregistrer uniquement la maquette de Disposition utilisée dans le cadre de l'analyse courante,
- d'enregistrer uniquement la maquette de Filtre utilisée dans le cadre de l'analyse courante.

> Ajouter au Menu "Analyses" (Sauver)

La sélection de cette option fait apparaître la fenêtre suivante :

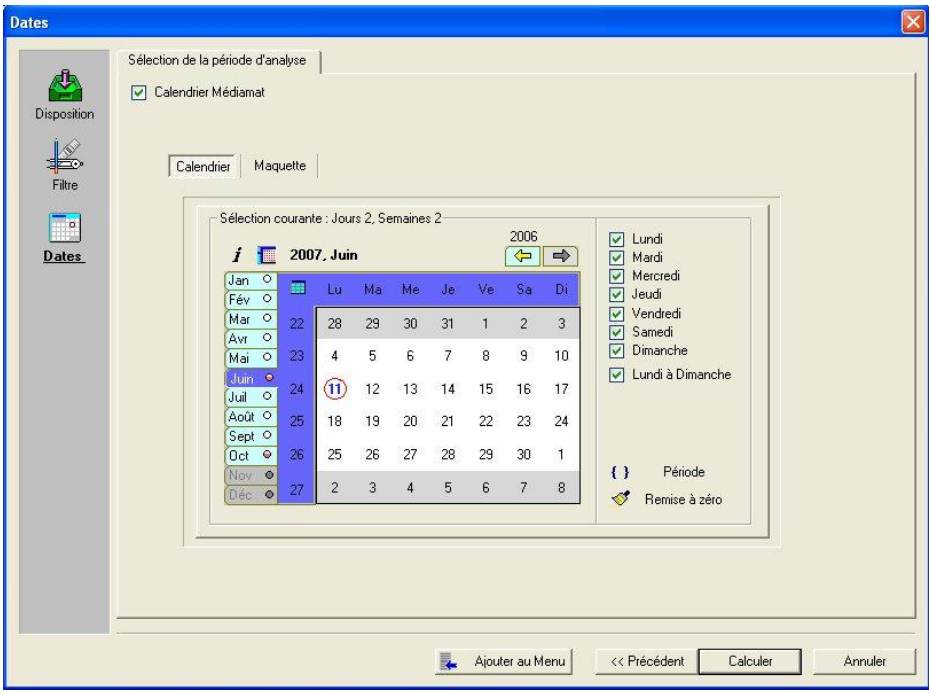
Entrer un nom pour l'analyse en cours et cliquer sur "**OK**". Puis, fermer l'analyse.

Pour ouvrir cette analyse enregistrée, sélectionner l'option "Analyses" de la barre horizontale de menu, puis l'option "Analyses Standard Utilisateur".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

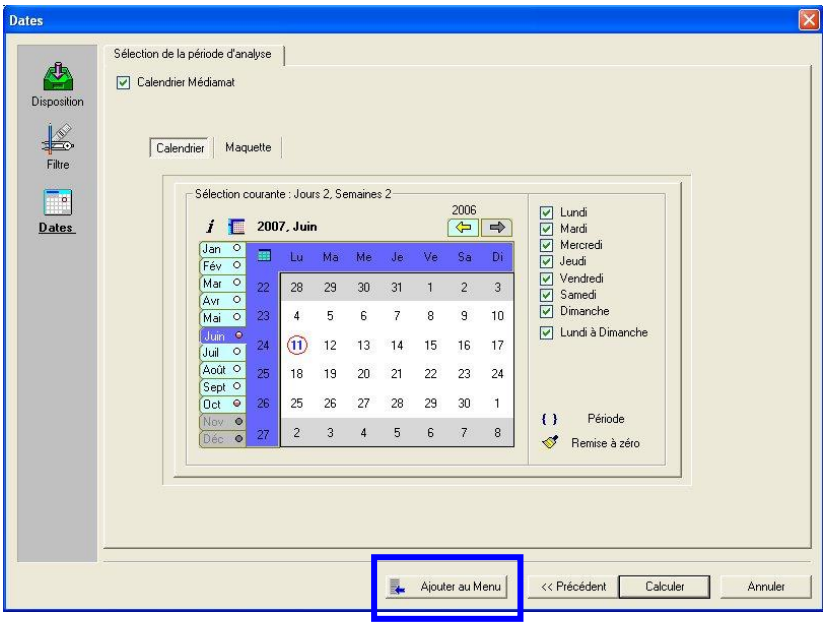
Les analyses enregistrées apparaissent alors dans ce menu. Dans cet exemple "Mon Analyse", sélectionner alors l'analyse enregistrée souhaitée, la fenêtre de sélection correspondant à cette analyse est alors automatiquement ouverte.

Il est alors possible de modifier le paramétrage appliqué lors de l'enregistrement ou bien de relancer l'analyse avec les paramètres initiaux (clic sur le bouton "**Calculer**").



A NOTER
L'option "Ajouter au Menu "Analyses"" est également disponible au niveau de la fenêtre "Définition de la requête" et ce quel que soit l'axe affiché (Dates/Filtre/Disposition). Il s'agit du bouton "Ajouter au Menu" suivant :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

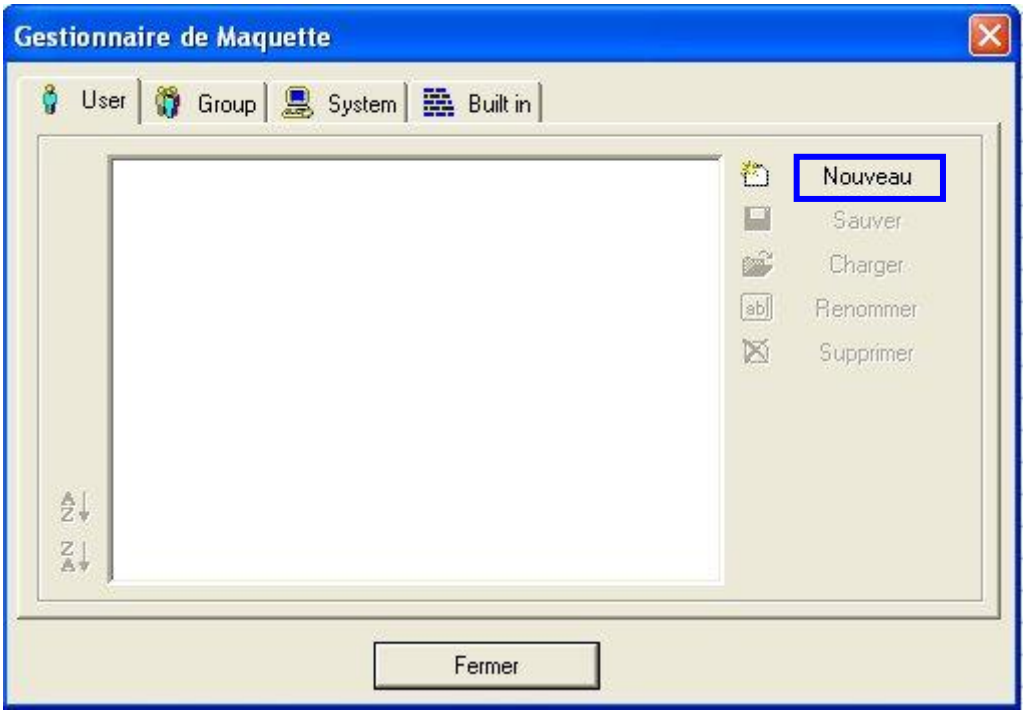


Il n'est donc pas nécessaire de lancer un calcul pour enregistrer l'ensemble des paramétrages d'une analyse.

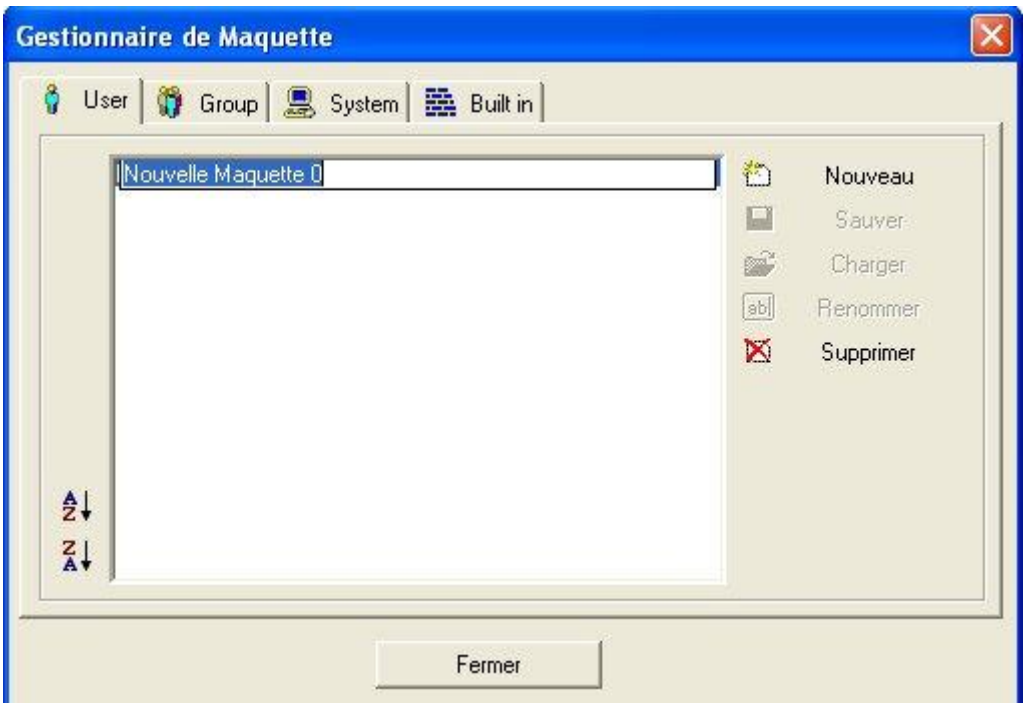
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Maquette courante de Disposition et Maquette courante de Filtre (Sauver)

La sélection de ces options fait apparaître la fenêtre suivante :



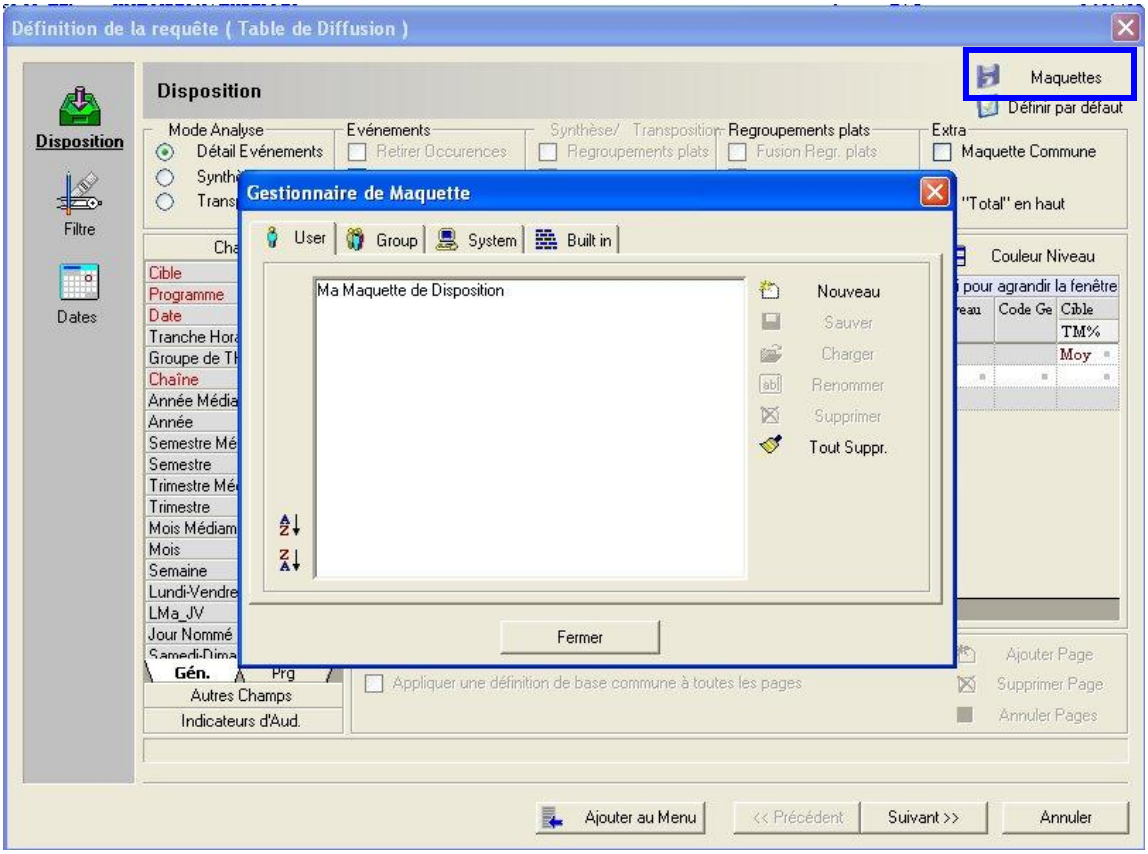
Cliquer alors sur le bouton "**Nouveau**"



Entrer alors un nom pour cette maquette, ici "Ma Maquette de disposition" puis cliquer sur "**Fermer**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

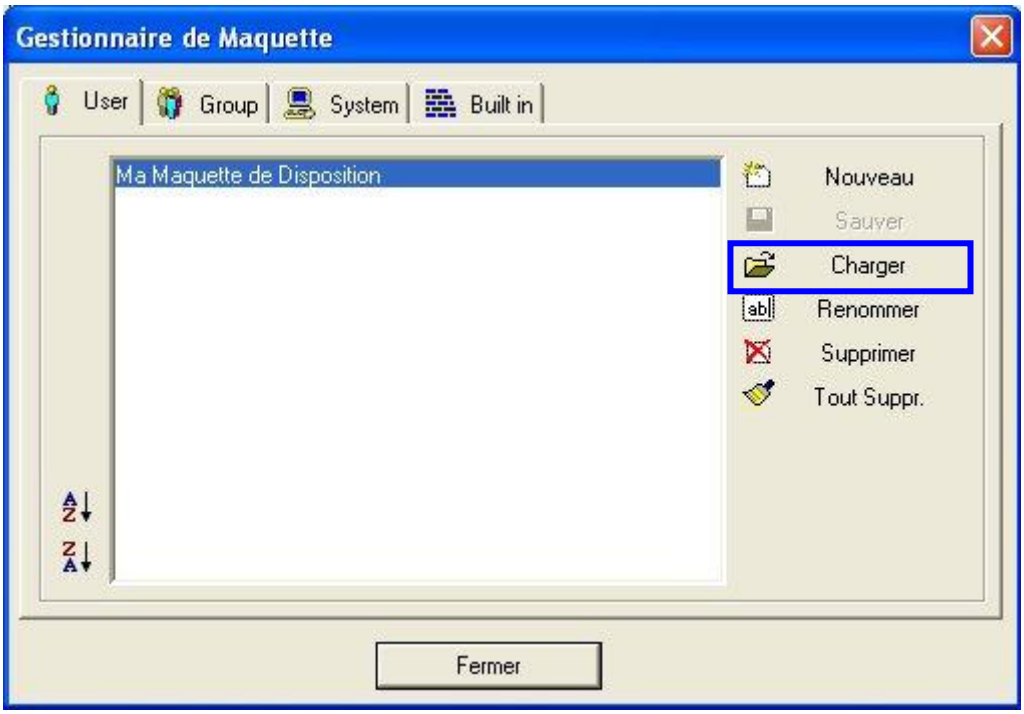
La maquette de disposition utilisée dans l'analyse en cours est alors enregistrée.
Pour réutiliser ultérieurement cette maquette de disposition à partir du module de sélection. Cliquer sur le bouton "**Maquettes**".
La fenêtre suivante apparaît,



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Il suffit alors de sélectionner la maquette souhaitée et de cliquer sur le bouton "**Charger**".

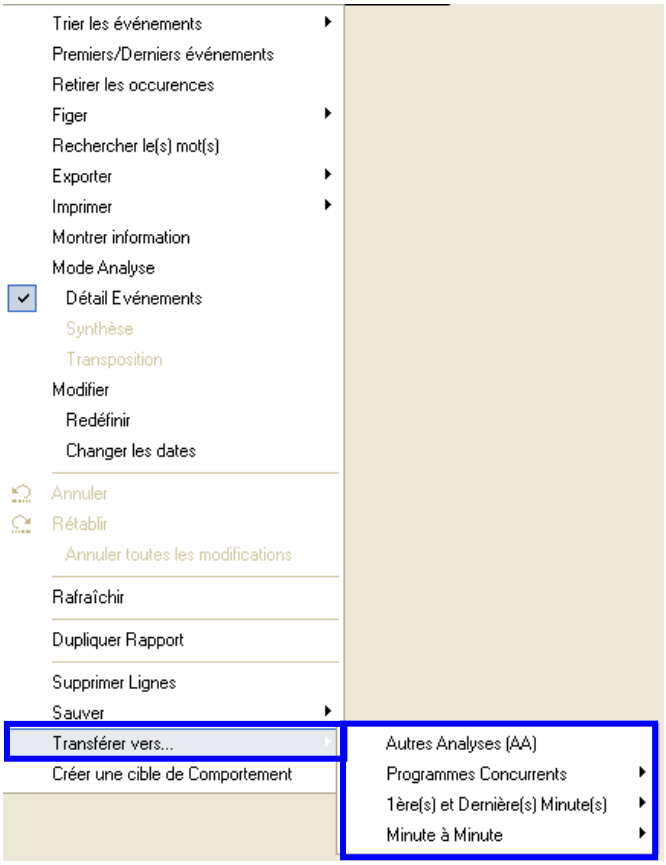


La disposition définie lors de l'enregistrement de cette maquette est aussitôt appliquée dans cette nouvelle analyse.

> Transférer vers…

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



L'option "**Transférer vers…**" permet de transférer les événements sélectionnés au niveau du tableau de résultats vers d'autres analyses.
Dans le cadre d'une analyse standard "Table de Diffusion", il est possible de transférer les programmes sélectionnés vers les analyses suivantes :

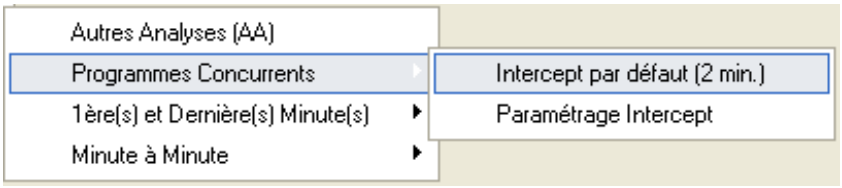
- Autres Analyses (AA)
    - Autres Analyses Standard (Structure d'Auditoire et Concurrence Frontale) (*cf paragraphe 3.1.1*).
    - Analyses de Comportement (*cf paragraphe 4.1.*)
- Programmes Concurrents
- 1ère(s) et dernière(s) Minute(s)
- Minute à Minute

> Programmes Concurrents (Transférer vers…)

L'option « **Programmes Concurrents** » permet pour un ou plusieurs programmes d'afficher les programmes diffusés au même moment sur les chaînes concurrentes.

Par défaut, l'application *MMW* propose de n'afficher que les programmes qui ont au moins 2 minutes de diffusion en commun avec l'horaire de diffusion du ou des programmes de référence. Cette durée commune de diffusion est appelée ici «**Intercept** ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Exemple :

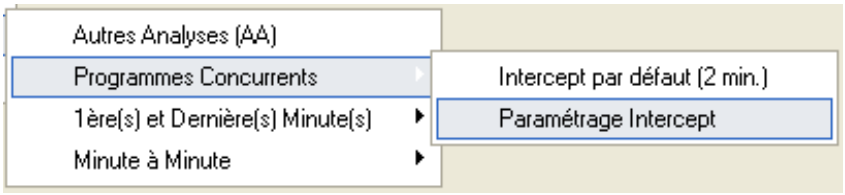
Données en entrée

Sélection du programme « SUPER NANNY\BRUNO ET JESSICA » diffusé le 11/06/2007 sur M6 à 20 :54:55.
Intercept : au moins 2 minutes (valeur par défaut)

Tableau de résultats obtenu

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
1	11/06/2007	20:55:42	01:42:41	TF1	JOSEPHINE PROFESSION ANGE GARDIEN	SAUVER PRINCESSE	1	ACC	11.2
2	11/06/2007	20:54:13	00:41:48	France 2	FBI PORTES DISPARUS	LE DESERT	1	ACA	12.7
3	11/06/2007	21:43:09	00:42:06	France 2	FBI PORTES DISPARUS	LE COUPABLE IDEAL	1	ACA	11.3
4	11/06/2007	20:56:27	01:49:10	France 3	FAUT PAS REVER	MAROC DE L ATLAS A L ATLANTIQUE	1	EBF	6.9
5	11/06/2007	20:54:55	01:06:30	M6	SUPER NANNY	BRUNO ET JESSICA	1	EAJ	4.9
6	11/06/2007	20:43:43	00:45:29	Arte	LE DERNIER TEMOIN	LA MORT DOUCE	1	ACA	1.7
7	11/06/2007	21:30:12	00:45:32	Arte	LE DERNIER TEMOIN	QUAND ILS SAVENT CE QU ILS FONT	1	ACA	1.4
8	11/06/2007	20:54:23	02:04:07	Canal+	INSIDE MAN L HOMME DE L INTERIEUR		1	AAB	2.4
[TOTAL]		21:04:05	09:37:23						6.4

=> Le programme de référence (sélectionné au niveau du tableau de résultats « Table de Diffusion ») apparaît dans ce nouveau tableau, il est surligné en orange.
Il est également possible de paramétrer la valeur de l'intercept, pour cela, sélectionner l'option « **Paramétrage Intercept** »



La popup suivante apparaît :

Entrer alors l'intercepte minimum souhaité, dans cet exemple : 30 Minutes au moins, ci-après le tableau de résultats obtenu.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
1	11/06/2007	20:55:42	01:42:41	TF1	JOSEPHINE PROFESSION ANGE GARDIEN	SAUVER PRINCESSE	1	ACC	11.2
2	11/06/2007	20:54:13	00:41:48	France 2	FBI PORTES DISPARUS	LE DESERT	1	ACA	12.7
3	11/06/2007	20:56:27	01:49:10	France 3	FAUT PAS REVER	MAROC DE L ATLAS A L ATLANTIQUE	1	EBF	6.9
4	11/06/2007	20:54:55	01:06:30	M6	SUPER NANNY	BRUNO ET JESSICA	1	EAJ	4.9
5	11/06/2007	20:43:43	00:45:29	Arte	LE DERNIER TEMOIN	LA MORT DOUCE	1	ACA	1.7
6	11/06/2007	20:54:23	02:04:07	Canal+	INSIDE MAN L HOMME DE L INTERIEUR		1	AAB	2.4
[TOTAL]		20:53:13	08:09:45						6.4

Seuls les programmes dont la durée de diffusion commune avec celle du programme de référence apparaissent.

Conseil d'utilisation
Si l'utilisateur souhaite obtenir les programmes concurrents de différents programmes, il est conseillé de placer au préalable un champ en ligne dans la Table de Diffusion initiale qui permettrait de diviser le tableau « Programmes Concurrents » en plusieurs parties distinctes (une par programme de référence).

Ex :
Sélection du programme ENVOYE SPECIAL sur France 2 sur la période Juin 2007
Placement en ligne du champ « Date ».

Analyse « Table de Diffusion » obtenue

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus
									TM% {Moy}
−	07/06/2007 [1 Ev.]								
1	07/06/2007	20:54:40	02:08:36	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	6.3
−	14/06/2007 [1 Ev.]								
1	14/06/2007	20:51:09	01:59:06	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	7.3
−	28/06/2007 [1 Ev.]								
1	28/06/2007	20:52:59	01:59:16	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	6.6

Sélection des 3 programmes, clic droit et sélection de l'option « Programmes Concurrents »

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Analyse « Programmes Concurrents » obtenue

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Moy}
−	07/06/2007	[9 Ev.]							
1	07/06/2007	20:54:58	01:09:19	TF1	JE SERAI TOUJOURS PRES DE TOI	1ERE PARTIE	1	ABF	11.4
2	07/06/2007	22:04:17	01:03:21	TF1	JE SERAI TOUJOURS PRES DE TOI	2EME PARTIE	1	ABF	11.0
3	07/06/2007	20:54:40	02:08:36	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	6.3
4	07/06/2007	20:58:19	01:36:05	France 3	DOMBAIS ET FILS	1ERE PARTIE	1	ABF	5.9
5	07/06/2007	20:55:12	02:20:58	M6	NOUVELLE STAR	2007 - DEMI-FINALE	1	CBA	7.3
6	07/06/2007	20:45:51	01:41:03	Arte	LE GENOU DE CLAIRE		1	AAF	1.6
7	07/06/2007	22:29:15	00:51:49	Arte	LA MAMAN DE POUTINE		1	EAJ	0.9
8	07/06/2007	20:53:41	00:50:39	Canal+	DEXTER	CA RESTE ENTRE NOUS	1	ACA	1.7
9	07/06/2007	21:44:20	00:51:26	Canal+	DEXTER	DEMYSTIFICATION	1	ACA	1.6
−	14/06/2007	[8 Ev.]							
1	14/06/2007	20:55:18	01:34:07	TF1	JULIE LESCAUT	UNE NOUVELLE VIE	1	ACA	13.9
2	14/06/2007	20:51:09	01:59:06	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	7.3
3	14/06/2007	20:56:00	01:38:51	France 3	DOMBAIS ET FILS	2EME PARTIE	1	ABF	4.8
4	14/06/2007	20:54:51	00:52:52	M6	SUSPECTES CHAQUE FEMME A UN SECRET		1	ACA	6.6
5	14/06/2007	21:47:43	00:50:56	M6	SUSPECTES CHAQUE FEMME A UN SECRET		1	ACA	6.7
6	14/06/2007	20:45:10	01:53:46	Arte	SOPHIE SCHOLL - LES DERNIERS JOURS		1	AAF	2.0
7	14/06/2007	20:54:26	00:53:42	Canal+	DEXTER	AU NOM DU PERE	1	ACA	1.2
8	14/06/2007	21:48:08	00:54:02	Canal+	DEXTER	CHAMBRE 103	1	ACA	1.2
−	28/06/2007	[9 Ev.]							
1	28/06/2007	20:50:53	00:46:13	TF1	BRIGADE NAVARRO	CARAMBOLAGE - EPISODE PILOTE	1	ACA	14.8
2	28/06/2007	21:37:06	00:50:26	TF1	BRIGADE NAVARRO	TRAFICS D INFLUENCES	1	ACA	13.1
3	28/06/2007	20:52:59	01:59:16	France 2	ENVOYE SPECIAL		1	DDC	6.6
4	28/06/2007	20:54:58	01:29:46	France 3	C EST ARRIVE DANS L ESCALIER		1	ABF	5.5
5	28/06/2007	20:54:04	00:47:28	M6	DESPERATE HOUSEWIVES	NOUVELLES FLEURS NOUVELLES MAISONS ET...	1	ACC	8.2
6	28/06/2007	21:41:32	00:47:43	M6	DESPERATE HOUSEWIVES	LA BATAILLE POUR LE POUVOIR	1	ACC	8.2
7	28/06/2007	20:44:26	01:40:53	Arte	LES TRUANDS CUISINENT		1	AAA	0.9
8	28/06/2007	20:52:51	00:55:50	Canal+	ROME	L HERITAGE DE CESAR	1	ACC	1.2
9	28/06/2007	21:48:41	00:51:51	Canal+	ROME	FILS DE HADES	1	ACC	1.2

Le tableau obtenu propose 3 sous-tableaux : un pour chaque date de diffusion du programme ENVOYE SPECIAL.

> 1ère(s) et Dernière(s) minute(s) (Transférer vers…)

L'option «**1ère(s) et Dernière(s) Minute(s)**» permet d'extraire la première et la dernière minute de chacun des programmes sélectionnés. La première et dernière minute peut éventuellement correspondre à la diffusion d'un billboard de sponsoring, Il est possible avec cette option de déduire par exemple le GRP de la campagne de sponsoring ainsi que sa couverture.

Exemple :
La diffusion du programme FRIENDS sur M6 que l'on suppose ici sponsorisée.
Période du 04 au 08 juin 2007

Analyse « Table de Diffusion » obtenue

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Individus de 4 ans et plus TM% {Som}
1	04/06/2007	11:20:41	00:24:34	M6	FRIENDS	CELUI QUI PRENAIT DE BONNES RESOLUTIONS	1	ACB	0.3
2	04/06/2007	20:07:02	00:23:55	M6	FRIENDS	CELUI QUI RIAIT DIFFEREMMENT	1	ACB	3.9
3	05/06/2007	11:23:04	00:23:45	M6	FRIENDS	CELUI QUI RIAIT DIFFEREMMENT	1	ACB	0.2
4	05/06/2007	20:07:10	00:26:01	M6	FRIENDS	CELUI QUI AVAIT UN SAC	1	ACB	3.3
5	06/06/2007	11:22:37	00:23:21	M6	FRIENDS	CELUI QUI AVAIT UN SAC	1	ACB	0.5
6	06/06/2007	20:07:50	00:23:55	M6	FRIENDS	CELUI QUI DECOUVRE TOUT	1	ACB	3.8
7	07/06/2007	11:22:35	00:25:03	M6	FRIENDS	CELUI QUI DECOUVRE TOUT	1	ACB	0.3
8	07/06/2007	20:08:38	00:23:51	M6	FRIENDS	CELUI QUI PRENAIT DES COUPS	1	ACB	4.0
9	08/06/2007	11:24:04	00:23:44	M6	FRIENDS	CELUI QUI PRENAIT DES COUPS	1	ACB	0.4
10	08/06/2007	20:07:26	00:26:00	M6	FRIENDS	CELUI QUI ENVIAIT SES AMIS	1	ACB	3.4

Sélection des 5 programmes, clic droit et sélection de l'option « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) > Minute par défaut (1 Min.) »

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

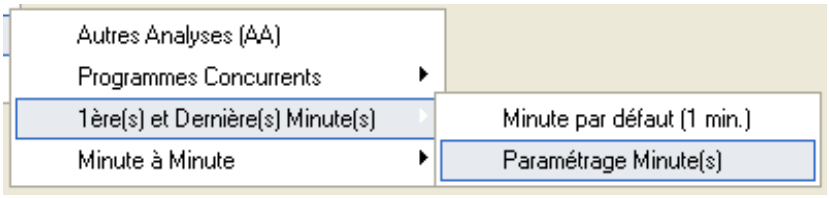
Analyse « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s)» obtenue

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Individus de 4 ans et plus
						TM% (Som)
1	04/06/2007	11:20:41	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	0.2
2	04/06/2007	11:44:15	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	0.4
3	04/06/2007	20:07:02	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	3.4
4	04/06/2007	20:29:57	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	4.1
5	05/06/2007	11:23:04	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	0.2
6	05/06/2007	11:45:49	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	0.4
7	05/06/2007	20:07:10	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	3.0
8	05/06/2007	20:32:11	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	3.4
9	06/06/2007	11:22:37	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	0.4
10	06/06/2007	11:44:58	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	0.6
11	06/06/2007	20:07:50	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	3.2
12	06/06/2007	20:30:45	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	4.4
13	07/06/2007	11:22:35	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	0.2
14	07/06/2007	11:46:38	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	0.5
15	07/06/2007	20:08:38	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	3.5
16	07/06/2007	20:31:29	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	4.3
17	08/06/2007	11:24:04	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	0.2
18	08/06/2007	11:46:48	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	0.6
19	08/06/2007	20:07:26	00:01:00	M6	FRIENDS (Début)	3.2
20	08/06/2007	20:32:26	00:01:00	M6	FRIENDS (Fin)	3.7
[TOTAL]		15:56:49	00:20:00			40.0

Le tableau de résultats « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » contient les 20 premières et dernières minutes des 10 programmes FRIENDS analysés dans cet exemple et pour lesquelles le TM% sur la cible « Individus de 4 ans et plus » a été calculé.
Dans la ligne « Total » apparaît le GRP (Somme des Taux Moyen »).

Il est alors possible de transférer ces 20 événements vers une analyse « Couverture et Répétition ». (Sélection des 20 minutes ainsi obtenues, clic droit et sélection de l'option « Transférer vers… > Analyse de Comportement > Couverture et Répétition ».

L'option « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » propose également le paramétrage de la durée de la première et dernière minute. Pour cela, sélectionner l'option « **Paramétrage Minute(s)** ».



La popup suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

La durée par défaut est de 5 minutes, il est alors possible de la modifier. Valider le paramétrage en cliquant sur « OK ».

A NOTER

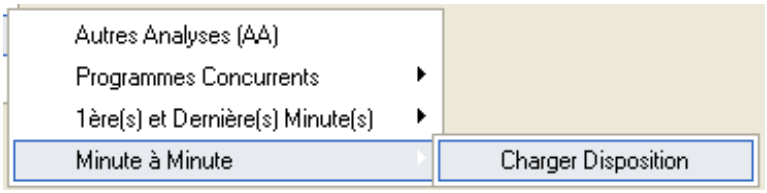
1/ Si un programme sélectionné dans la Table de Diffusion initiale a une durée inférieure à une minute, le nouveau tableau obtenu contiendra alors une seule minute dont la durée correspond à la durée exacte de diffusion du programme.

2/ Si un programme sélectionné dans la Table de Diffusion initiale a une durée inférieure à deux minutes, le nouveau tableau obtenu contiendra alors deux « minutes » d'une durée exacte de une minute.
Ex : Programme de référence = METEO diffusé sur France 2 le 11/06/2007 entre 07 :59 :02 et 08 :00 :34 (durée : 00 :01 :32)
=> Tableau « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » obtenu.

	Date	H.Début	H.Fin	Durée	Chaîne	Programme	Individus de 4 ans et plus
							TM% (Moy)
1	11/06/2007	07:59:02	08:00:02	00:01:00	France 2	METEO 2 (Début)	3.4
2	11/06/2007	07:59:34	08:00:34	00:01:00	France 2	METEO 2 (Fin)	3.4

> Minute à Minute (Transférer vers…)

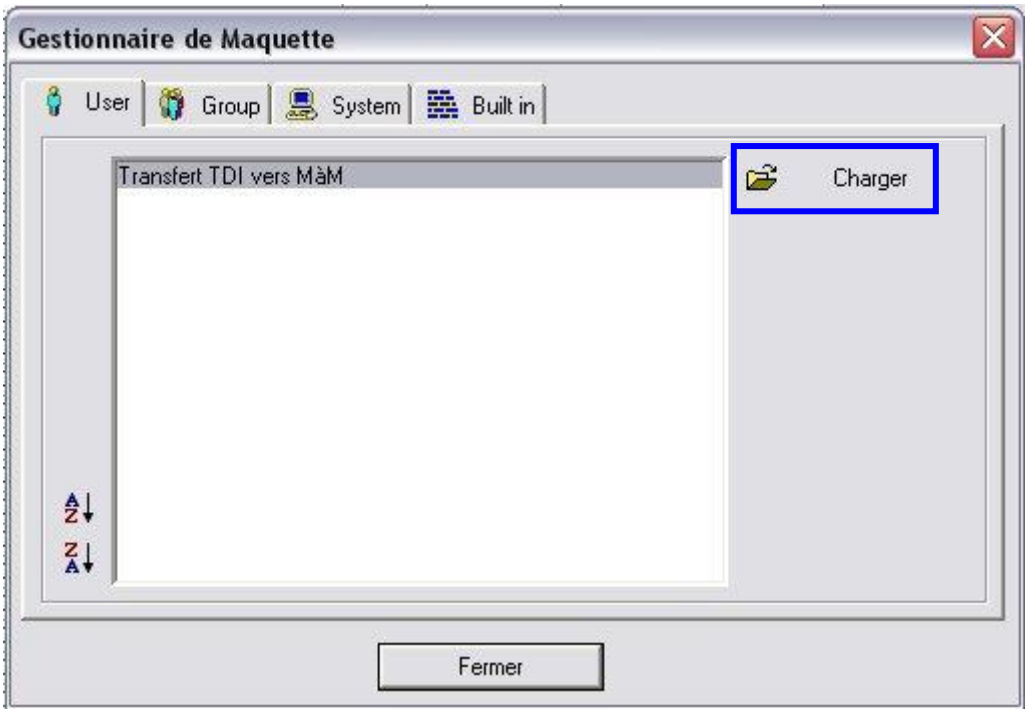
L'option «**Minute à Minute**» permet de transférer un ou plusieurs programmes vers l'analyse « Minute à Minute ».



Exemple :
Sélection du programme DES RACINES ET DES AILES\UN ETE EN FRANCE diffusé sur France 3 le 13/06/2007.
Clic droit et sélection de l'option « Transférer vers… > Minute à Minute > Charger Disposition »

La fenêtre « Gestionnaire de maquette » apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

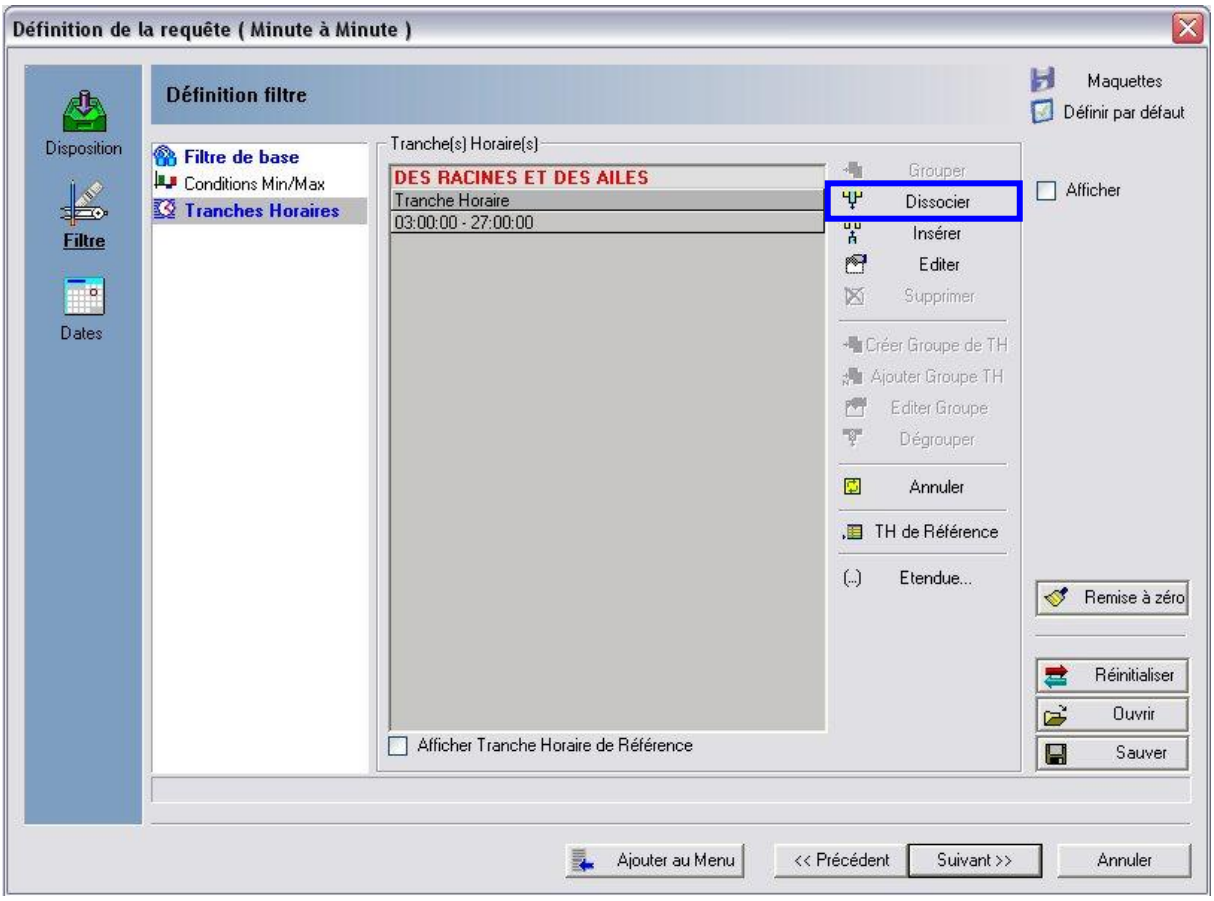


Sélectionner alors la maquette de disposition « **Transfert TDI vers MàM** » créée par Médiamétrie, puis cliquer sur « **Charger** ». Le programme DES RACINES ET DES AILES est alors transféré dans une analyse de type « Minute à Minute ».

	France 3
	Individus de 4 ans et plus
	TM% (Moy)
DES RACINES ET DES AILES	6.3

Il est alors possible de dissocier l'horaire de diffusion du programme en pas de une minute par exemple. Pour cela, appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner l'option « Redéfinir ». Modifier alors le paramétrage de l'axe « **Filtre > Tranches Horaires** » en sélectionnant la « Tranche Horaire » DES RACINES ET DES AILES puis en cliquant sur le bouton « **Dissocier** ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner le pas **« 1 Minute** » puis cliquer sur « **OK** ».

Ci-après, une partie du tableau de résultats obtenu :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	France 3
	Individus de 4 ans et plus
	TM% (Moy)
20:53:41 - 20:54:41	4.2
20:54:41 - 20:55:41	4.5
20:55:41 - 20:56:41	5.0
20:56:41 - 20:57:41	5.2
20:57:41 - 20:58:41	5.2
20:58:41 - 20:59:41	5.2
20:59:41 - 21:00:41	5.4
21:00:41 - 21:01:41	5.3
21:01:41 - 21:02:41	5.4
21:02:41 - 21:03:41	5.5
21:03:41 - 21:04:41	5.6
21:04:41 - 21:05:41	5.7
21:05:41 - 21:06:41	5.8
21:06:41 - 21:07:41	5.7
21:07:41 - 21:08:41	5.7
21:08:41 - 21:09:41	5.7
21:09:41 - 21:10:41	5.6
21:10:41 - 21:11:41	5.7
21:11:41 - 21:12:41	5.8
21:12:41 - 21:13:41	5.9

> Créer une cible de Comportement

L'option «**Créer une cible de Comportement**» permet de créer la cible « Téléspectateurs et/ou Non Téléspectateurs d'un événement » au seuil de vision par défaut sans prise en compte des invités.

Seuil de vision par défaut :

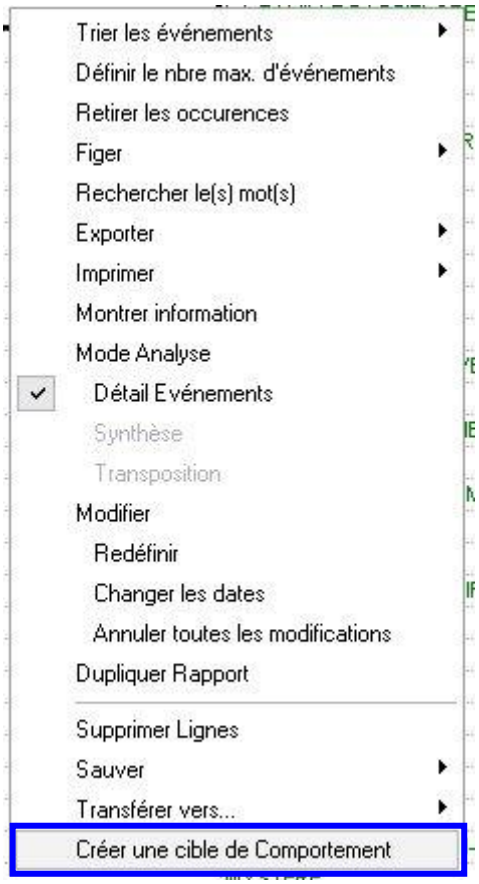
- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

IMP

- Si l'utilisateur paramètre un seuil de vision prédéfini avec une valeur différente du seuil de vision par défaut (correspondant au jour de diffusion de l'événement sélectionné), celui-ci ne sera pas pris en compte dans la création de la cible de comportement.
Cette dernière comportera donc tous les téléspectateurs dont la durée d'écoute est au moins égale à la valeur du seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié.
- Si l'utilisateur sélectionne dans son analyse, une cible avec invités (Ex : Individus de 4 ans et plus), l'effectif de la cible de comportement créée à partir de cette cible ne comptera que des membres permanents du foyer (les invités habituels et occasionnels sont donc exclus de la cible).

Sélectionner une des cellules de la ligne de l'événement, appliquer un clic droit puis sélectionner l'option « Créer une cible de comportement ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



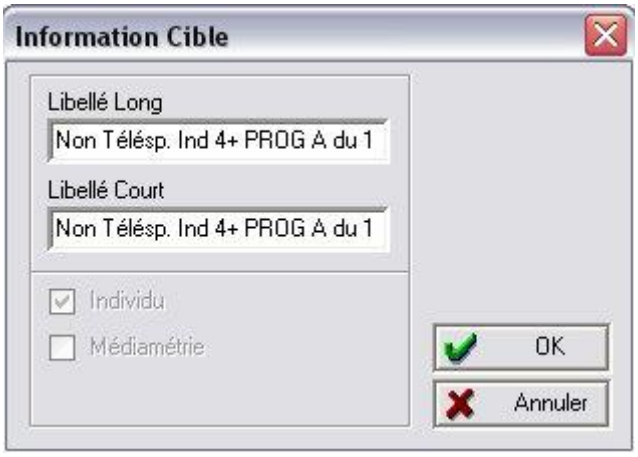
La fenêtre suivante apparaît, entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**OK**".

La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

L'application *MMW* propose alors de créer la cible complémentaire (en termes de comportement TV) de cette cible à savoir dans cet exemple les individus de 4 ans et plus non téléspectateurs de ce programme.
Entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**OK**".



La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**" si la création de la cible complémentaire est souhaitée.

A NOTER
Si l'utilisateur sélectionne plusieurs cellules relatives à différents événements, l'application *MMW* appliquera une union des différents téléspectateurs lors de la création de cible de comportement.

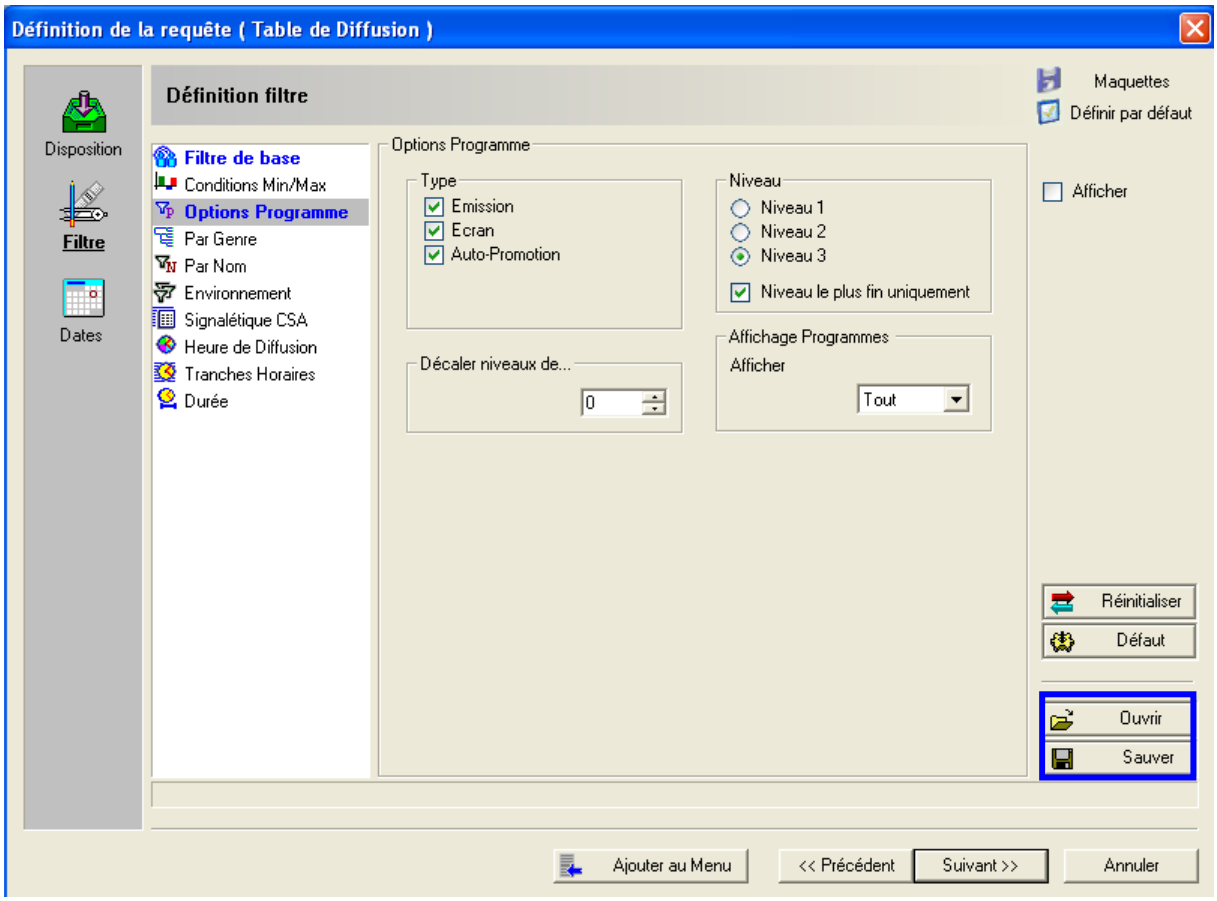
3.1.5. Analyse « Offre et Consommation »

L'analyse « Offre & Consommation » permet de mettre en regard l'offre des programmes diffusés par les chaînes et la consommation des cibles choisies. Cette mise en regard peut se faire par genre de programmes, par programme, par chaîne ...

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Pour effectuer une analyse « Offre et Consommation », il est nécessaire d'utiliser l'analyse Table de Diffusion. Ci-après, le descriptif des paramétrages spécifiques à appliquer ainsi que l'interprétation des résultats.

3.1.5.1. Axe « Filtre de Base » > Sous-axe « Options Programme »



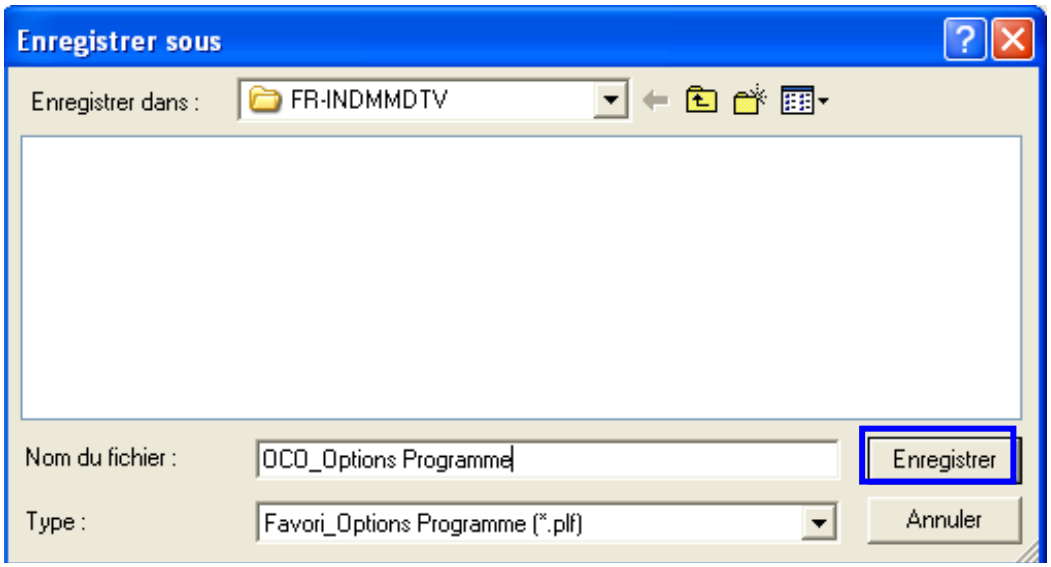
Type : Emission + Ecran + Auto-Promotion

Niveau : Jusqu'au... Niveau 3
Niveau le plus fin uniquement (Option activée)

Affichage Programmes : **Afficher « Tout »**

Pour enregistrer ce favori « Options Programme », cliquer sur le bouton « **Sauver** », la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

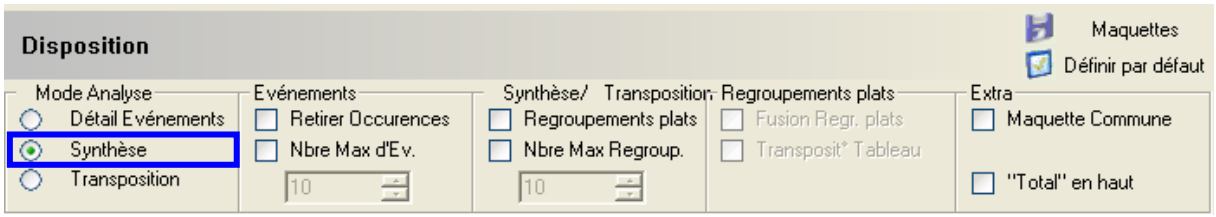


Donner un nom à ce favori (ici « OCO_Options Programme »), sélectionner un dossier dans lequel le fichier correspondant sera sauvegardé et cliquer sur « **Enregistrer** ».

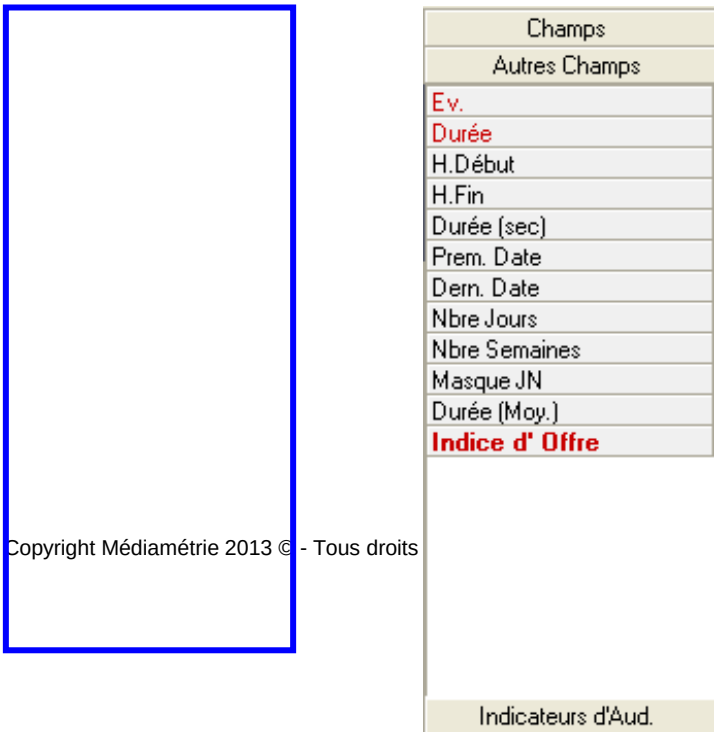
Pour charger un favori, cliquer sur le bouton « **Ouvrir** » et sélectionner le favori souhaité, les paramétrages correspondant à ce favori seront aussitôt appliqués à la sélection courante.

3.1.5.2. Disposition

Pour obtenir un tableau de résultats de type « Offre et Consommation », sélectionner le mode d'analyse « **Synthèse** »

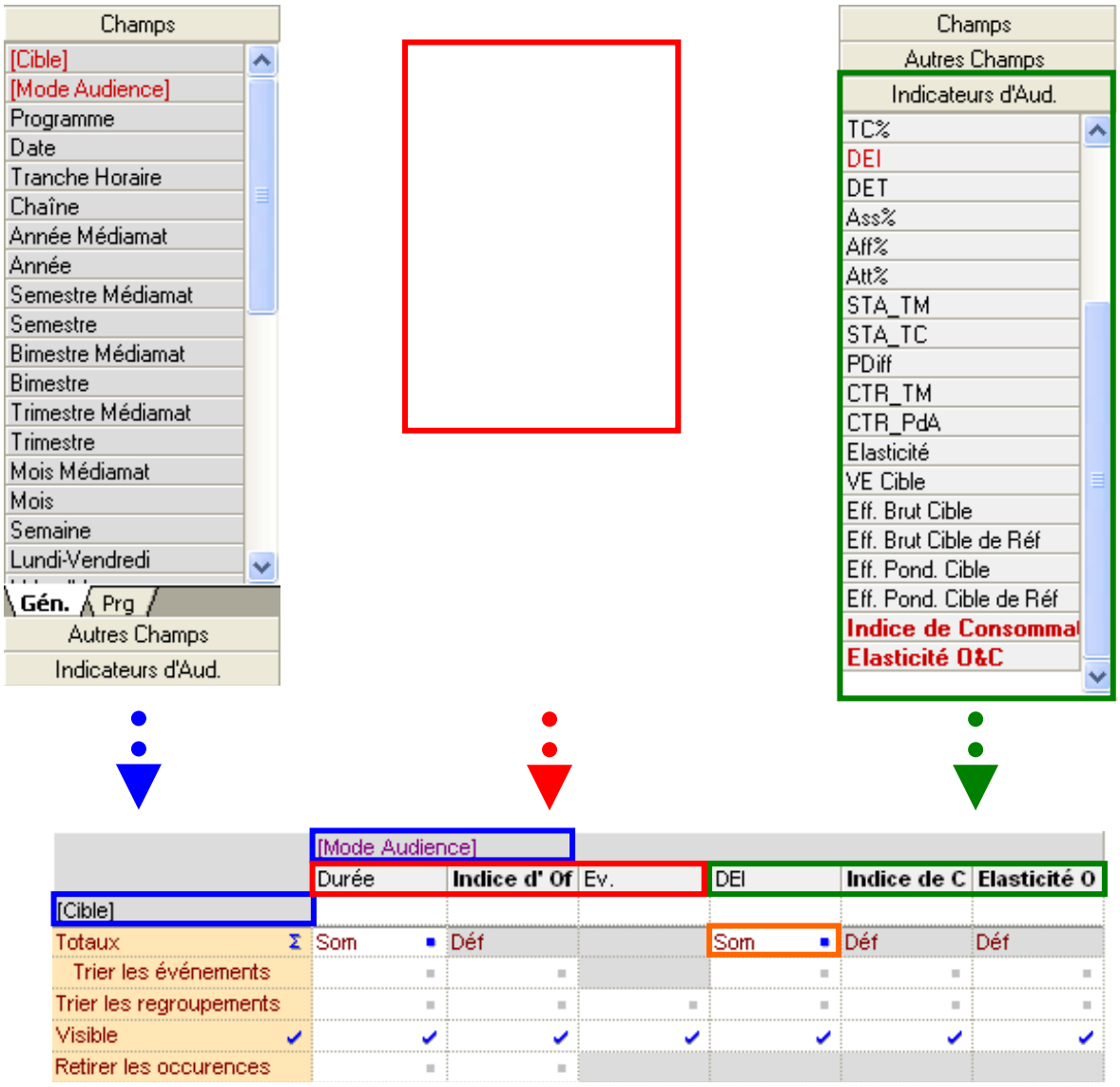


et appliquer la disposition suivante :



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits

Mediametrie



Colonne DEI : Appliquer une Somme et non une Moyenne au niveau des lignes « Totaux ».

A NOTER

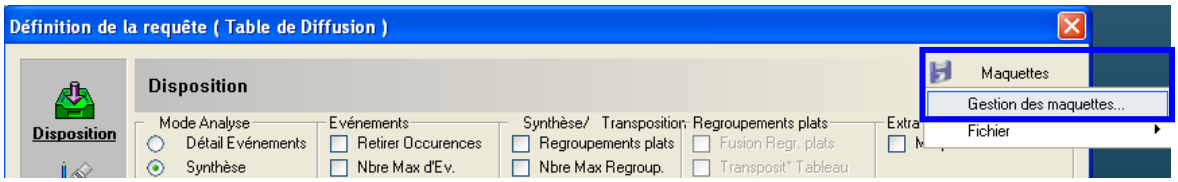
Les Indicateurs « Indice d'Offre », « Indice de Consommation » et « Elasticité O&C » sont spécifiques à l'analyse « Offre & Consommation ». Il s correspondent respectivement aux indicateurs suivants :

Indice d'Offre = Part de Diffusion
Indice de Consommation = CTR_TM (Contribution à l'audience moyenne)
Elasticité O&C = Elasticité

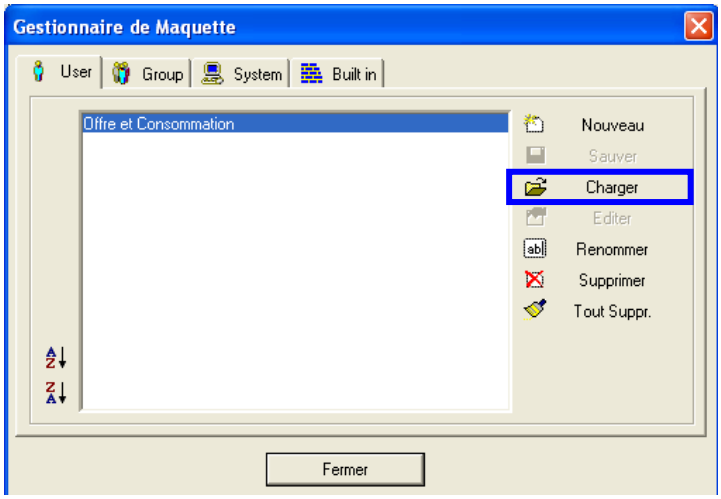
Leur définition dépend des références appliquées au niveau de la disposition (regroupement en ligne). Par exemple, si l'on calcule une Offre et Consommation par « Genre de niveau 1 » (ce qui correspond à la disposition ci-après), les parts d'Offre et de Consommation ainsi que l'indice d'Elasticité seront calculés par rapport à l'ensemble des genres de niveau 1.

Médiamétrie a créé une maquette de disposition correspondant à la disposition décrite ci-dessus, pour ouvrir cette maquette, sélectionner l'axe « Disposition » de l'analyse « Table de Diffusion » et cliquer sur « **Maquette > Gestion des maquettes…** »

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



La fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner la maquette « **Offre et Consommation** » et cliquer sur le bouton « **Charger** », la disposition spécifique à l'analyse « Offre et Consommation » sera automatiquement appliquée.

3.1.5.3. Interprétation du tableau de résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	Du 03/03/2008 au 30/03/2008 (Mars 2008)
Chaîne	TF1 + France 2 + France 3 + Canal+ + France 5 + Arte + M6
Cible	Individus de 4 ans et plus
Options Programme	Niveau : Jusqu'au Niveau 3 + Niveau le plus fin uniquement
	Affichage Programmes : Tout
Disposition	Maquette Médiamétrie "Offre et Consommation"
	+ « Genre de Niveau 1 » placé en ligne

	Durée	Indice d' Offre	Ev.	DEI	Indice de Con	Elasticité O&C
Cible Σ						
Genre Niv.1 [•]						
Totaux Σ	Som	Def		Som	Def	Def
Trier les événements						
Trier les regroupements						

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Durée {Som}	Indice d' Offre {Def}	Ev.	DEI {Som}	Indice de Consommation {Def}	Elasticité O&C {Def}
Ind4+ [33491 Ev.]						
[TOTAL] Ind4+	241920	100.0	33491	4661	100.0	100.0
AUTRES [394 Ev.]	1405	0.6	394	12	0.3	46.0
CULTURE CONNAISSANCE [4478 Ev.]	64172	26.5	4478	696	14.9	56.3
DIVERS [13267 Ev.]	10381	4.3	13267	155	3.3	77.4
FICTION [3654 Ev.]	85374	35.3	3654	1492	32.0	90.7
INFORMATION [3215 Ev.]	26292	10.9	3215	992	21.3	195.9
JEUNESSE [1653 Ev.]	714	0.3	1653	5	0.1	38.9
MUSIQUE CLASSIQUE [54 Ev.]	1148	0.5	54	2	0.1	10.6
PUBLICITE [4900 Ev.]	15197	6.3	4900	413	8.9	140.9
SPORT [568 Ev.]	9501	3.9	568	220	4.7	120.3
VARIETES/DIVERT. [1308 Ev.]	27735	11.5	1308	673	14.4	125.9

Ligne « TOTAL » : Ligne de référence = tous les programmes diffusés

- entre 03H00 et 27H00
- sur les chaînes TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, Arte et M6
- du 03/03 au 30/03/08

Genre de Niveau 1 « Information »

Durée totale de Diffusion :
Le genre de niveau 1 « Information » représente 26 292 minutes de diffusion

Indice de d'Offre (ou Part de Diffusion) :
10,9% = (26 292 / 241 920) *100
10,9% des programmes diffusés (Ligne « TOTAL ») sont des programmes de genre de niveau 1 « Information ».

Ev. (Nombre d'Evénements) :
Tous les résultats du regroupement « Information » portent sur 3215 événements.

DEI {Som} (DEI Cumulée) :
Le genre de niveau 1 « Information » représente une Durée d'Ecoute Individuelle de 992 minutes.

Indice de Consommation (ou Part de consommation) :
21.3% = (992 / 4661) *100
21.3% des programmes regardés (consommés) sont des programmes de genre de niveau 1 « Information ».

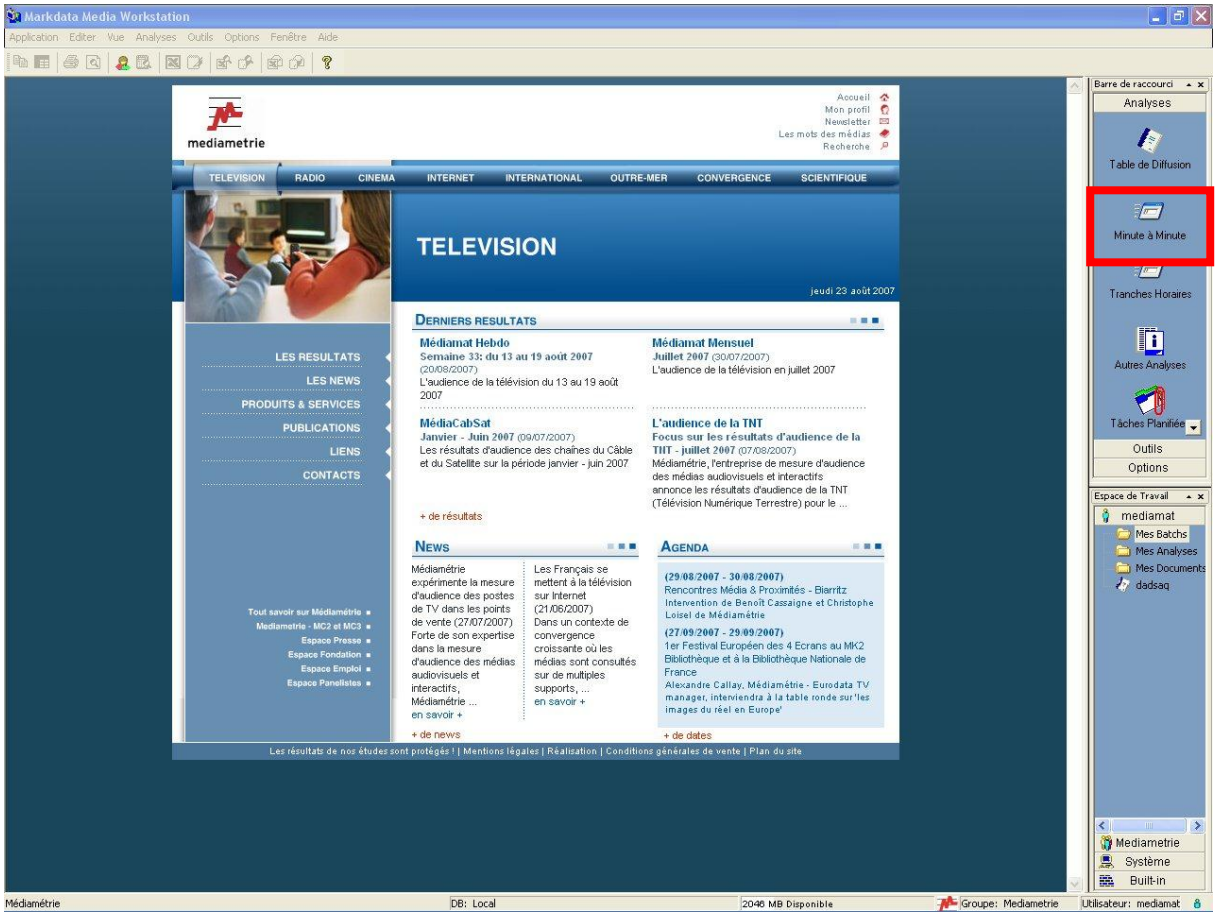
Elasticité O&C :
195.9 = (21,3 / 10,9) *100
Le genre de niveau 1 « Information » est sur-consommé (indice base 100). Sa consommation est supérieure à son offre. L'intérêt pour ce genre est donc fort pour la cible d'analyse (ici Individus de 4 ans et plus).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.2. Analyse « Minute à minute »

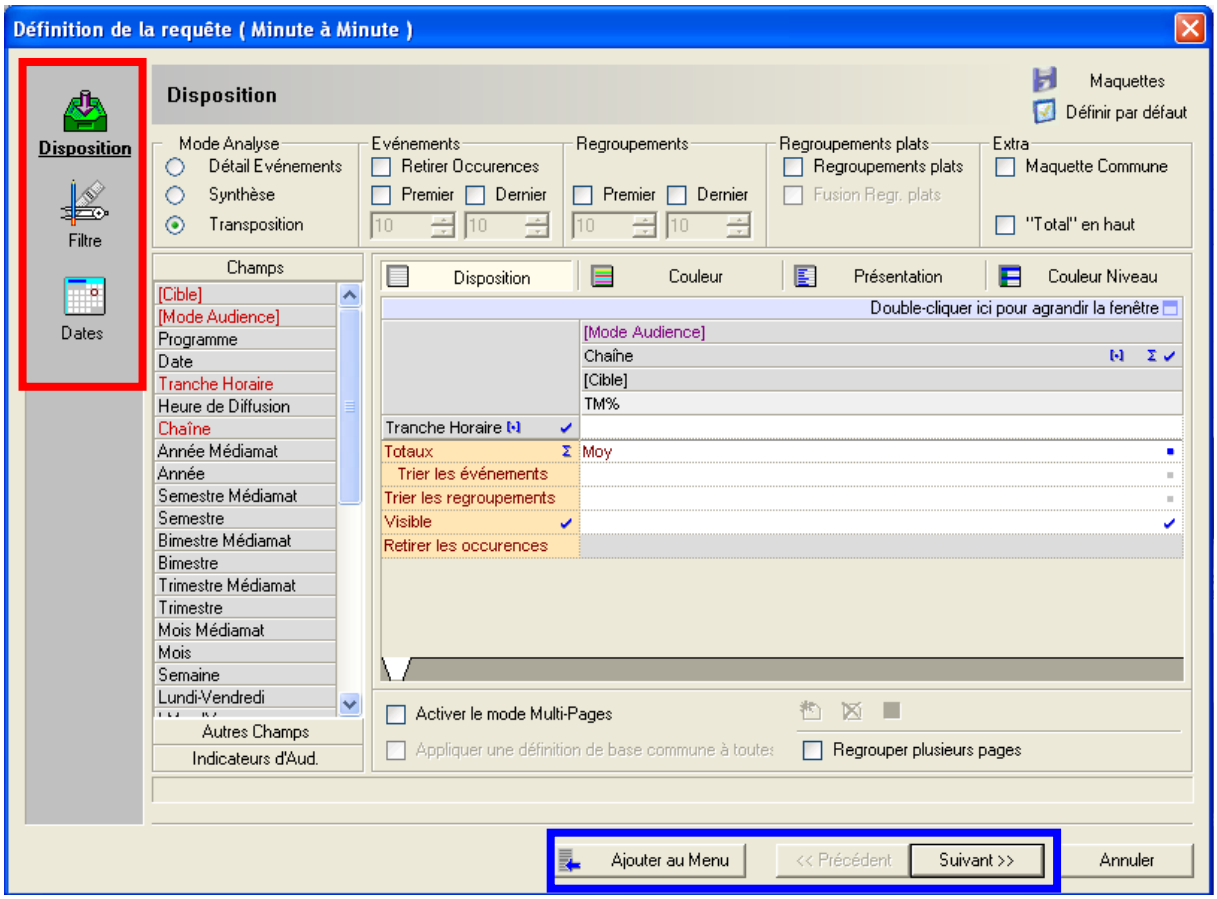
L'analyse "Minute à Minute" permet d'éditer les performances de tranches horaires choisies au cours d'une période déterminée.
Les tranches horaires peuvent être saisies manuellement ou bien obtenues en dissociant une tranche horaire préalablement sélectionnée selon un pas pouvant aller jusqu'à la minute ou bien encore en regroupant des tranches horaires.
L'analyse permet d'organiser, de trier et de moyenner les performances des tranches horaires obtenues selon différents axes (chaînes / périodes…).

Afin d'accéder à l'analyse « Minute à Minute », cliquer sur l'onglet « **Analyses** » de la barre de raccourci et cliquer sur l'icône "**Minute à Minute**".



En cliquant sur «**Minute à Minute** », on accède au paramétrage de l'analyse :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Cette analyse propose 3 axes de paramétrages :

- Axe "Disposition" (axe affiché par défaut)
- Axe "Dates"
- Axe "Filtre"

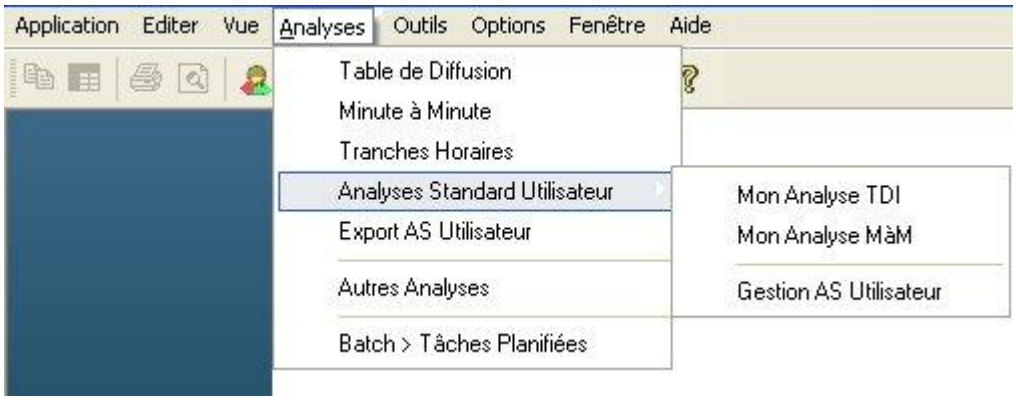
Seuls les axes "**Filtre**" et "**Disposition**" comportent des valeurs par défaut. Il est donc indispensable de sélectionner au moins une date au niveau de l'axe "**Dates**" pour lancer un calcul.
Le bouton "**Calculer**" n'est d'ailleurs proposé qu'au niveau de l'axe "**Dates**". Il reste inactif (grisé) si aucune date n'est sélectionnée.

Pour afficher les fenêtres de paramétrage des 3 axes :
Cliquer sur les 3 icônes correspondants ou bien utiliser les boutons "**Suivant**" et "**Précédent**".

Le bouton "**Ajouter au Menu**" permet d'enregistrer tous les paramétrages appliqués au niveau de cette analyse (tous axes confondus). Les paramétrages de cette analyse sont ainsi stockés. Pour ouvrir l'analyse enregistrée, utiliser la barre horizontale de menu.

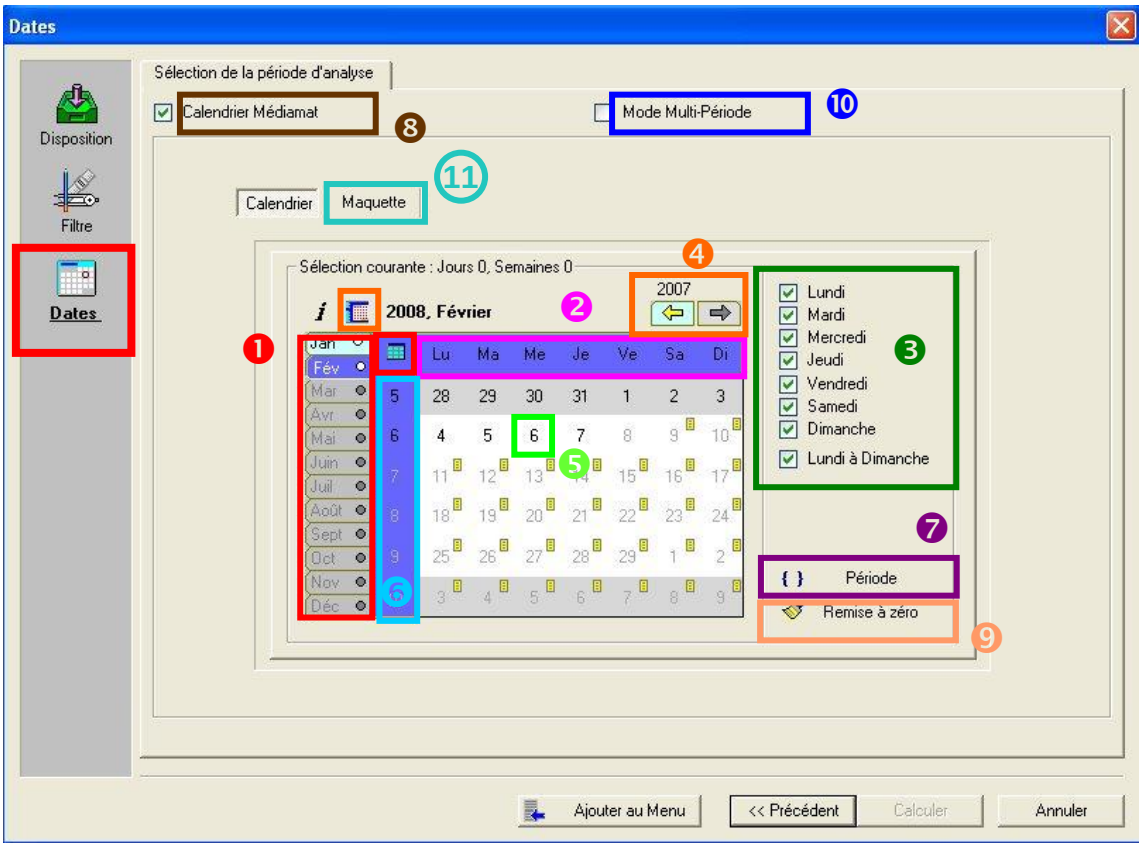
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Toutes les analyses enregistrées à partir de l'option "**Ajouter au Menu**", apparaissent dans la liste "Analyses Standard Utilisateur" (ici "Mon Analyse MàM" par exemple).

3.2.1. Axe « Dates »



Valeur par défaut : Aucune

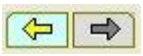
26 Disponibilité des modes d'audience :

- Les données d'audience « *Audience Veille* » ne sont pas disponibles (= J-1 non chargé)
- Les données d'audience « *Audience Consolidée* » ne sont pas disponibles (= les 7 derniers jours glissants).

❶ Déplacement mois par mois à l'aide des onglets + Sélection d'un mois avec
❷ Sélection par jour nommé (du mois affiché uniquement)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

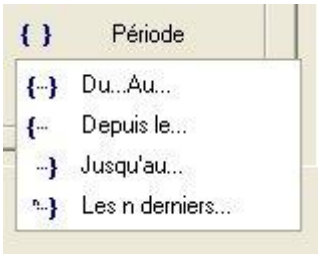
❸ Sélection par jour nommé (pour l'ensemble de la période)

❹ Déplacement année par année avec  + Sélection d'une année avec

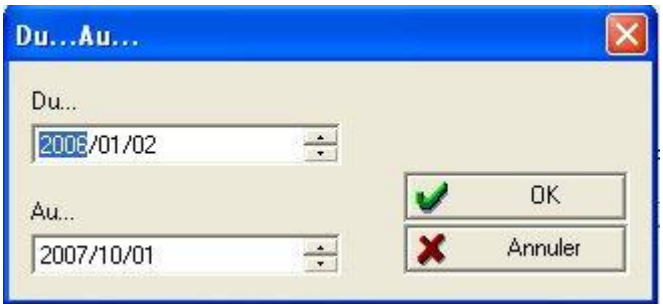
❺ Sélection par jour daté

❻ Sélection par semaine

❼ En cliquant sur le bouton "**Période**", le menu suivant apparaît :



Sélection de l'option "**Du…Au…**"



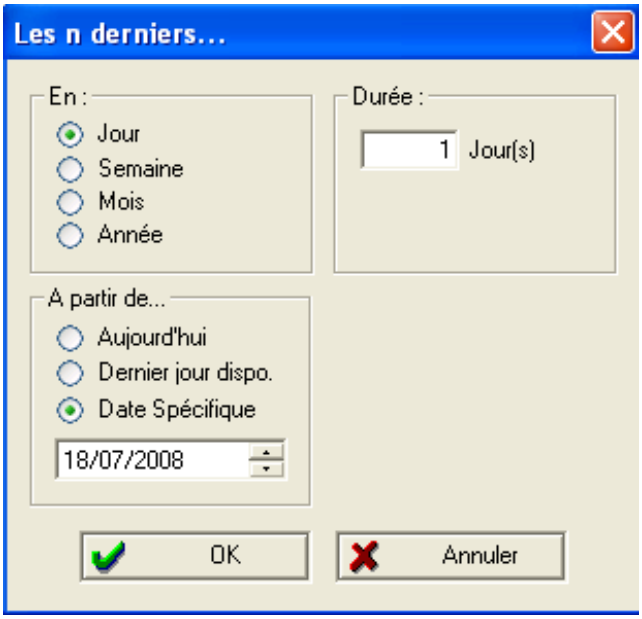
Sélection de l'option "**Depuis le…**"

Sélection de l'option "**Jusqu'au…**"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sélection de l'option "**Les n derniers…**"



Cette dernière option permet de sélectionner une période relative exprimée en jour, semaine, mois ou année. Entrer la durée souhaitée (ici 1 jour). En appliquant cette sélection, le calendrier se mettra automatiquement à jour en fonction de trois critères possibles « **A partir de…** » :
- Aujourd'hui
- Dernier jour disponible en base (en France J-1)
- Date Spécifique (entrer une date de son choix)

❽ Par défaut, le calendrier proposé est le calendrier Médiamat. Si l'utilisateur sélectionne un mois ou une année, la période sélectionnée correspondra à une période Médiamat.
Une période Médiamat porte toujours sur une semaine complète (du lundi au dimanche). Si plus de 4 jours d'une semaine appartiennent à la période précédente ou suivante la semaine entière sera attribuée à la période suivante ou précédente.
Ex : Sélection du mois de juin 2007 Médiamat :
Mai - Semaine 22 : Du lundi 28/05 au dimanche 03/06
↳ 1er lundi du mois juin : 04/06/2007
Juillet - Semaine 23 : Du lundi 02/07 au dimanche 08/07
↳ Dernier dimanche du mois juin : 01/07/2007

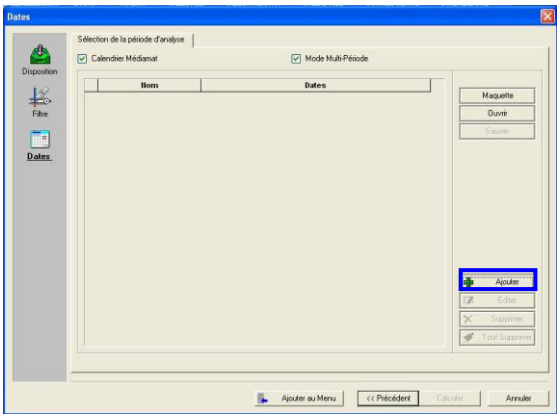
=> Juin 2007 Médiamat : Période du 04/06/2007 au 01/07/2007.

Il est possible de travailler en mode calendaire pour cela décocher la case "**Calendrier Médiamat**".

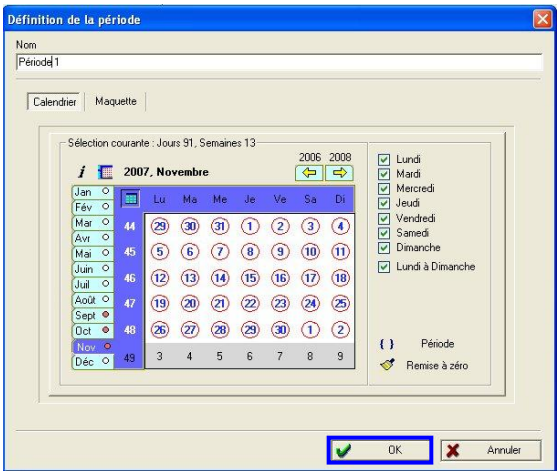
❾ Pour annuler la sélection courante, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

❿ Mode "**Multi-Période**"
1- Cocher la case "Mode Multi-Période"
2- La fenêtre suivante apparaît :

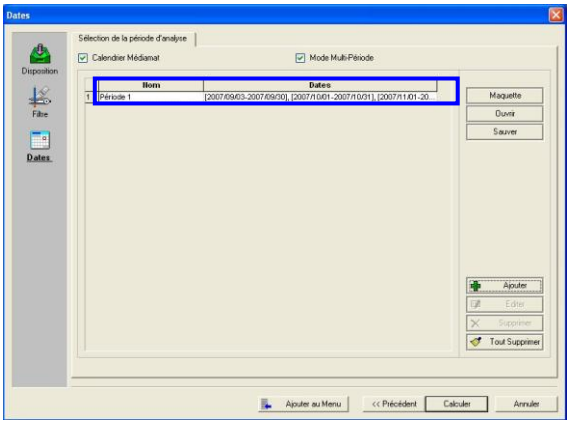
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



3- Cliquer sur le bouton "Ajouter" pour créer les différentes périodes souhaitées, la fenêtre suivante apparaît :



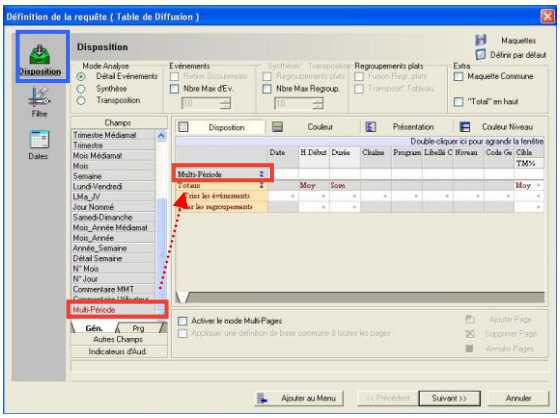
4- Entrer un nom pour cette période (dans cet exemple "Période 1") et sélectionner les jours souhaités à l'aide du calendrier proposé (du 03/09/2007 au 02/12/2007).
5- Cliquer sur le bouton "**OK**"
6- La période "Période 1" apparaît dans le tableau récapitulatif.



7- Pour ajouter d'autres périodes, renouveler les étapes 3 à 5 décrites ci-dessus.
8- Une fois, les différentes périodes créées, cliquer sur l'axe "**Disposition**" et placer le champ "Multi-Période" (Volet "Champs" > Onglet "Gén.") dans le tableau de résultats.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

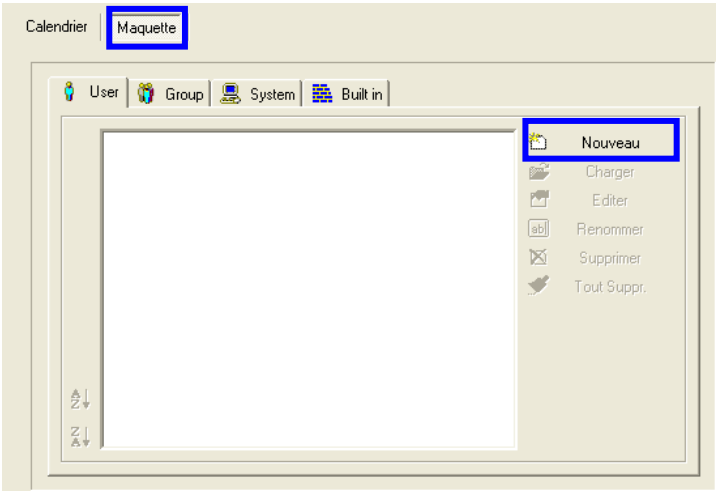
Mediametrie



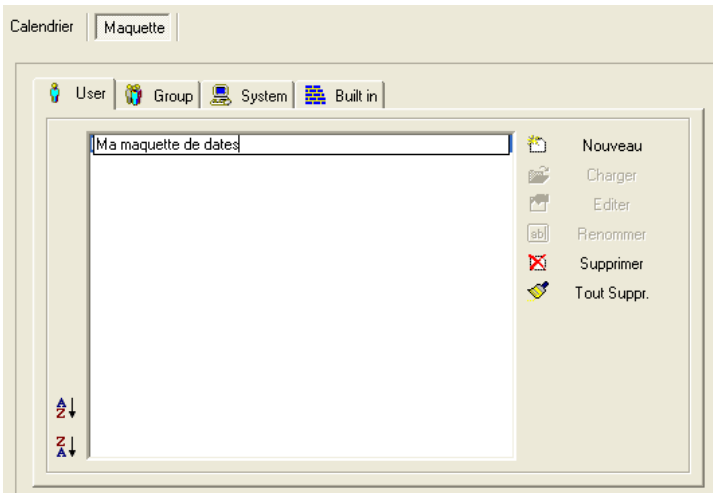
Ici, le champ "Multi-Période" a été placé en ligne dans le tableau de résultats afin d'appliquer un regroupement par période définie précédemment.

11 Maquette de dates

Cliquer sur l'onglet « **Maquette** », la fenêtre suivante apparaît :



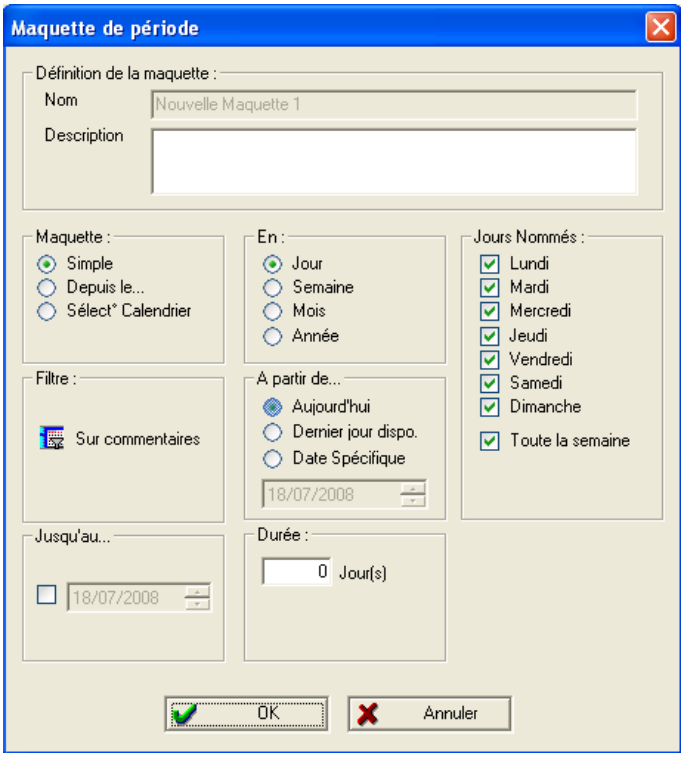
Pour paramétrer une maquette de dates, cliquer sur « Nouveau »



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

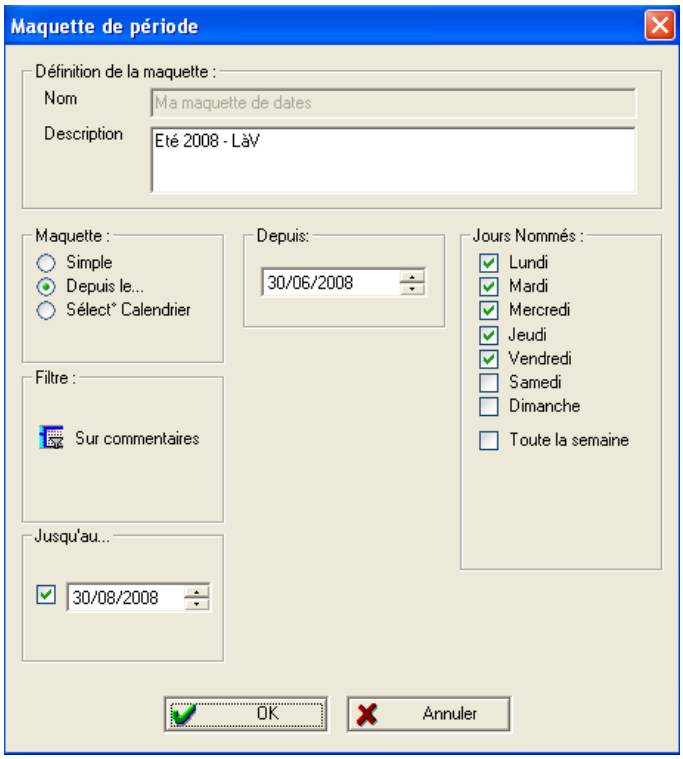
Mediametrie

Entrer un nom de maquette, la fenêtre suivante apparaît :



- Entrer un commentaire pour décrire le contenu de la maquette (facultatif)
- Sélectionner le type de maquette souhaité :
- Simple (exemple ci-dessus)
- Depuis le…

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

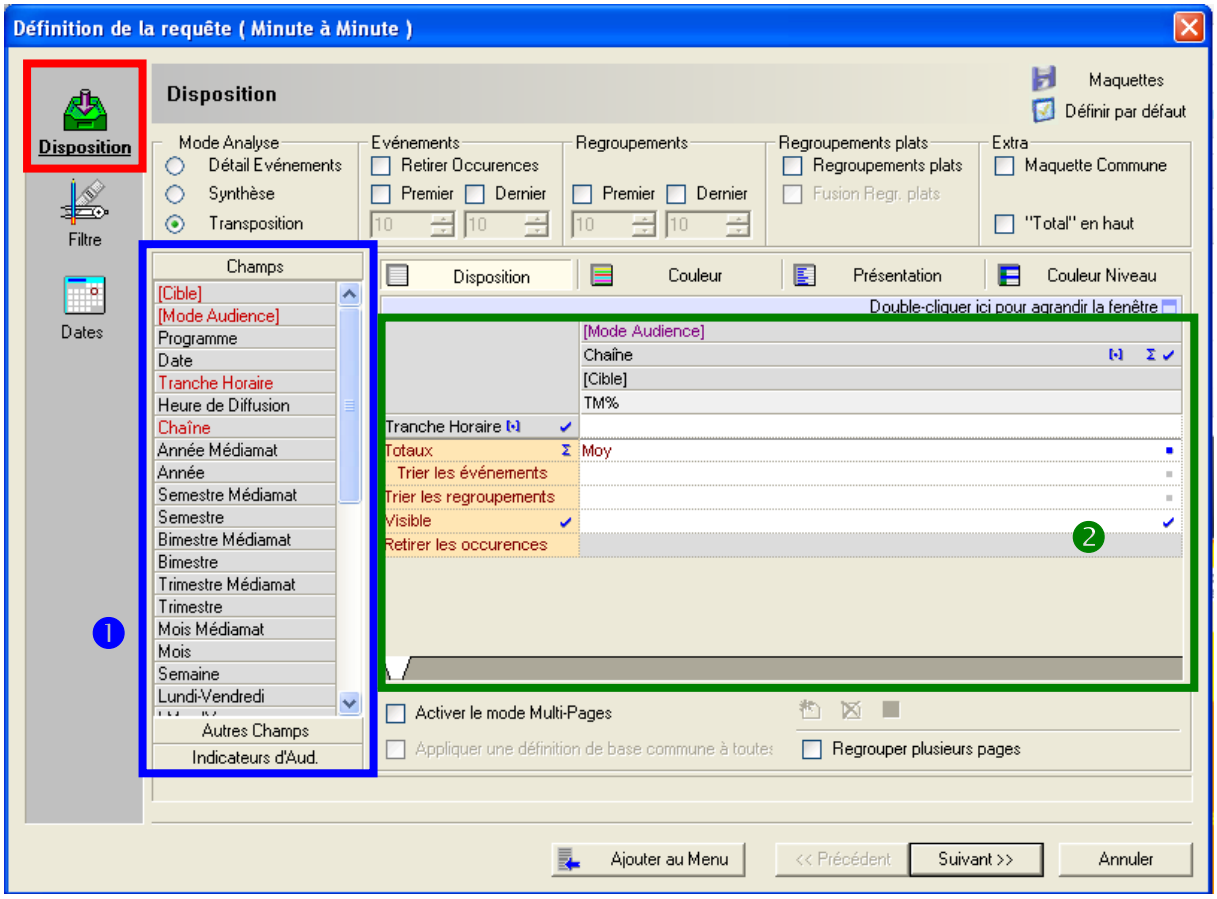


Dans l'exemple ci-dessus, le paramétrage appliqué permet de créer une **période incrémentale** :
Maquette créée le 01/07/2008
Date de Début : 30/06/2008 (Depuis)
Date de Fin : 30/08/2008 (Jusqu'au…) => il s'agit d'une date dans le futur
=> Le 18/07, cette analyse comportera les données du 30/06 au 17/07
=> Le 29/08, cette analyse comportera les données du 30/06 au 28/8
=> Le 01/09, cette analyse comportera les données du 30/06 au 30/08
…

- Sélection Calendrier (option actuellement inactive)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.2.2. Axe « Disposition »



Cet axe permet de paramétrer la disposition du tableau de résultats.

Médiamétrie propose une disposition par défaut qui peut être modifié par l'utilisateur voire remplacer par une autre disposition par défaut.

> Les différents champs disponibles se trouvent dans la zone de paramétrage ❶ (Accordéon)

3 types de champs disponibles :
- Champs 1 onglet : Gén. (Général)
- Autres Champs
- Indicateurs d'Aud. Indicateurs d'Audience (CF Annexe 1 du Guide Utilisateur)

Pour passer de l'un à l'autre, cliquer sur la barre souhaitée de l'accordéon, le champ correspondant est alors déplié, les différents champs possibles sont alors visibles.

> Mode de placement des champs dans le tableau de résultats

Pour placer des champs dans le tableau de résultats, il suffit de sélectionner (clic gauche) le champ dans l'accordéon puis de glisser et déposer ce champ à l'endroit souhaité (clic gauche maintenu).

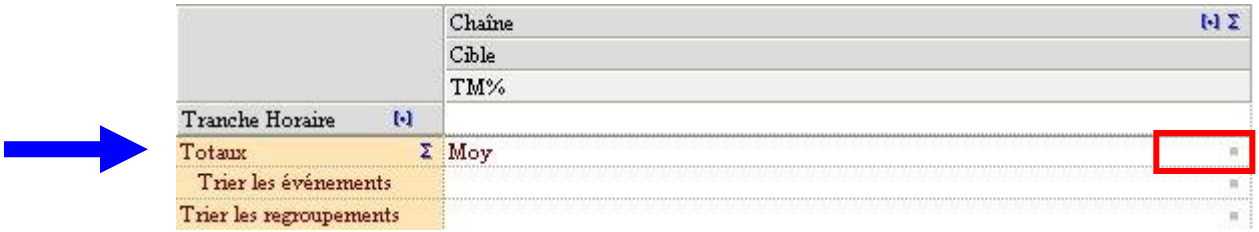
- Les différents champs peuvent être placés en ligne, en colonne ou en onglet dans le tableau de résultats ❷
- Un champ apparaît en rouge dans la liste dés lors qu'il est placé dans le tableau de résultats.
- Un même champ peut être placé plusieurs fois (ex : En colonne et en ligne).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Lorsqu'un champ est placé en colonne, il constituera une information dans le tableau de résultats.
- Lorsqu'un champ est placé en onglet, l'analyse contiendra des résultats sur plusieurs pages.
- Lorsqu'un champ est placé en ligne, les événements seront regroupés par rapport à ce champ. Chacun des regroupements contiendra une ligne "Totaux".

> Ligne "Totaux"

Elle peut proposer des résultats moyennés ou bien sommés.
Pour paramétrer la ligne "Totaux", cliquer sur les icônes "Carré" proposés au niveau de la ligne "Totaux".



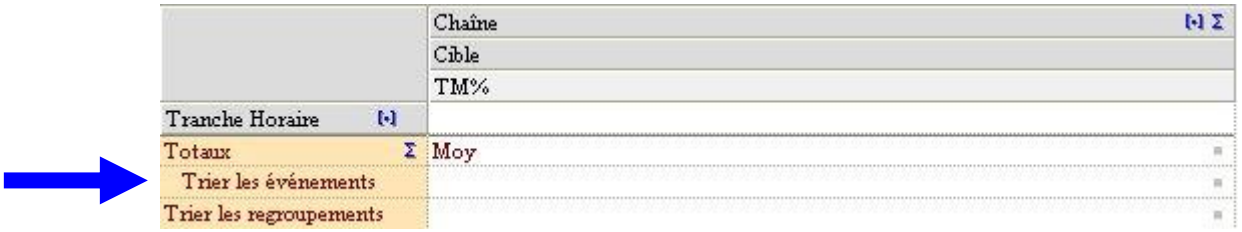
Le menu suivant apparaît :

Par défaut, l'option "Moyenne" est proposée. Pour certains indicateurs, il sera possible d'appliquer une somme. C'est le cas ici pour l'indicateur d'audience TM%. La somme des TM% permet d'obtenir le GRP d'une série d'événements. (Voir Annexe 1).

Il est possible de ne pas afficher les lignes "Totaux", pour cela, cliquer sur l'icône Σ. En cliquant sur cet icône, il apparaît grisé, la ligne total n'apparaîtra pas dans le tableau de résultats.

> Ligne "Trier les événements"

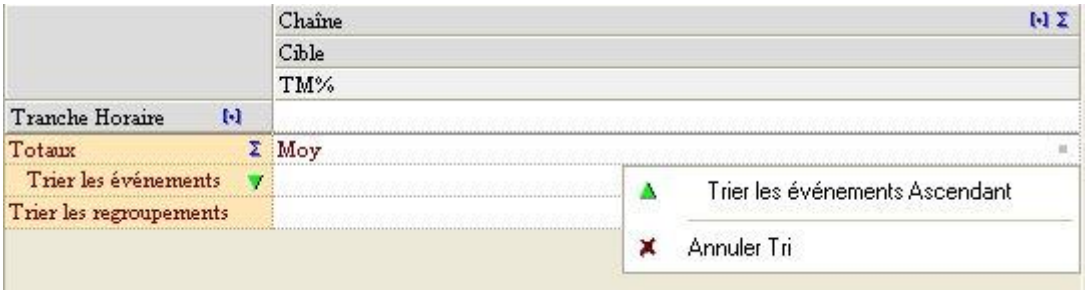
Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des événements en fonction de la colonne sélectionnée.



Pour appliquer un tri, cliquer sur les icônes "Carré", le menu suivant apparaît :

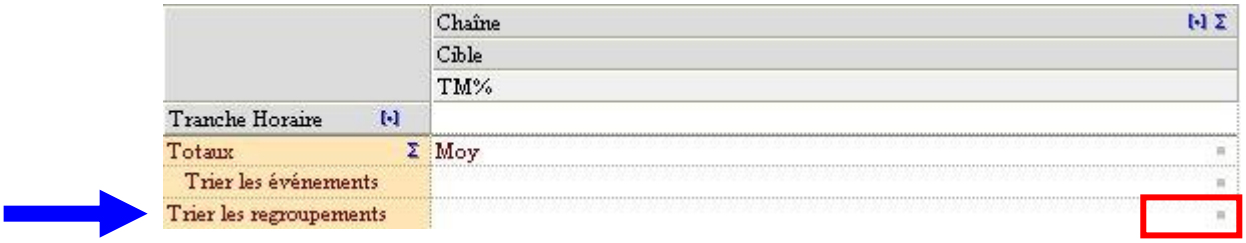
En fonction du tri appliqué des flèches indiquant le mode sélectionné apparaissent.
Vous pouvez alors trier les événements en mode ascendant ou descendant.
Pour annuler le tri appliqué, cliquer à nouveau sur un icône "Carré", le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Ligne "Trier les regroupements"

Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des lignes de regroupement.



Dans cet exemple, le champ "Tranche Horaire" a été placé en ligne, le tableau de résultats appliquera donc un regroupement par tranche horaire. Une ligne "Totaux" sera affichée pour chacun des regroupements. Le tri sur les lignes de regroupement n'est proposé que pour certaines colonnes uniquement.
Ici : TM% (Moyenne ou Somme).

> Mode Analyse

L'option "Mode Analyse" propose 3 modes :

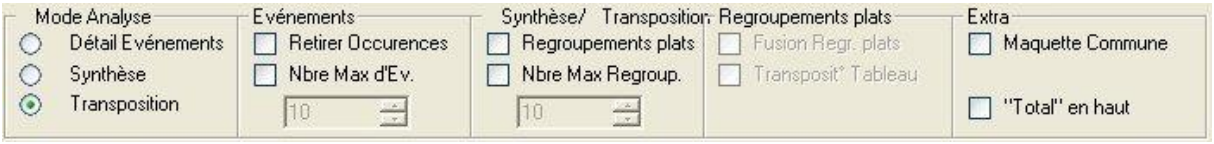
1- "Transposition" (Analyse "Minute à Minute" > Mode par défaut)
Ce mode est propre à l'analyse standard "Minute à Minute". Il permet de placer les champs en colonne les uns au-dessous/dessus. Il n'est pas conseillé d'utiliser ce mode dans le cadre d'une analyse "Table de Diffusion".

2- "Détail Evénements" (Analyse "Table de Diffusion" > Mode par défaut)
Ce mode est propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". Il permet de placer les champs en colonne les uns à côté des autres et d'obtenir un tableau de résultats dans lequel est affiché le détail de chacun des événements (une ligne = 1 événement).

2- "Synthèse"
Ce mode est également propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". En utilisant ce mode, le tableau de résultats obtenu affiche uniquement les lignes "Totaux" (Moyenne/Somme).

> Synthèse / Transposition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



- Case "**Regroupements plats**" non cochée (option par défaut)
=> Tableau de résultats obtenu :

	Arte
	Individus de 4 ans et plus
	TM%{Moy}
03:00:00 - 04:00:00	0.0
04:00:00 - 05:00:00	0.0
05:00:00 - 06:00:00	0.0
06:00:00 - 07:00:00	0.0
07:00:00 - 08:00:00	0.0
08:00:00 - 09:00:00	0.0
09:00:00 - 10:00:00	0.0
10:00:00 - 11:00:00	0.0
11:00:00 - 12:00:00	0.0
12:00:00 - 13:00:00	0.0
13:00:00 - 14:00:00	0.0
14:00:00 - 15:00:00	0.0
15:00:00 - 16:00:00	0.0
16:00:00 - 17:00:00	0.0
17:00:00 - 18:00:00	0.0
18:00:00 - 19:00:00	0.0
19:00:00 - 20:00:00	0.8
20:00:00 - 21:00:00	1.5
21:00:00 - 22:00:00	1.6
22:00:00 - 23:00:00	1.3
23:00:00 - 24:00:00	0.6
24:00:00 - 25:00:00	0.2
25:00:00 - 26:00:00	0.2
26:00:00 - 27:00:00	0.1

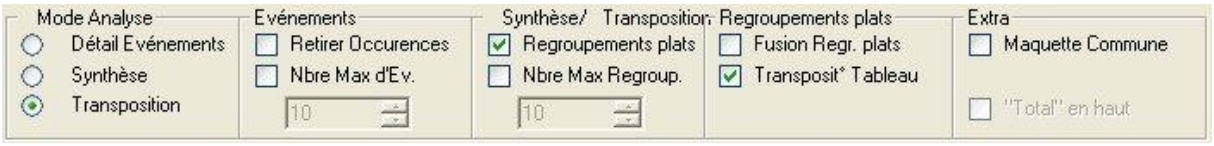
- Case "**Regroupements plats**" cochée
=> Tableau de résultats obtenu :

	Tranche Horaire	Arte
		Individus de 4 ans et plus
		TM%{Moy}
1	03:00:00 - 04:00:00	0.0
2	04:00:00 - 05:00:00	0.0
3	05:00:00 - 06:00:00	0.0
4	06:00:00 - 07:00:00	0.0
5	07:00:00 - 08:00:00	0.0
6	08:00:00 - 09:00:00	0.0
7	09:00:00 - 10:00:00	0.0
8	10:00:00 - 11:00:00	0.0
9	11:00:00 - 12:00:00	0.0
10	12:00:00 - 13:00:00	0.0
11	13:00:00 - 14:00:00	0.0
12	14:00:00 - 15:00:00	0.0
13	15:00:00 - 16:00:00	0.0
14	16:00:00 - 17:00:00	0.0
15	17:00:00 - 18:00:00	0.0
16	18:00:00 - 19:00:00	0.0
17	19:00:00 - 20:00:00	0.8
18	20:00:00 - 21:00:00	1.5
19	21:00:00 - 22:00:00	1.6
20	22:00:00 - 23:00:00	1.3
21	23:00:00 - 24:00:00	0.6
22	24:00:00 - 25:00:00	0.2
23	25:00:00 - 26:00:00	0.2
24	26:00:00 - 27:00:00	0.1

> Regroupements plats

Ces options ne sont disponibles (dégrisées) que si la case "**Regroupements plats**" a été préalablement cochée.

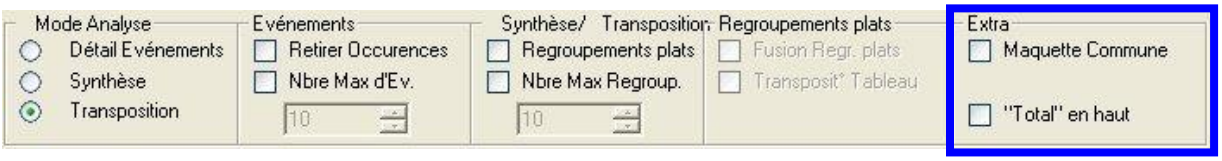
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



- Case "**Transposit° Tableau**" cochée
=> Extrait du tableau de résultats obtenu :

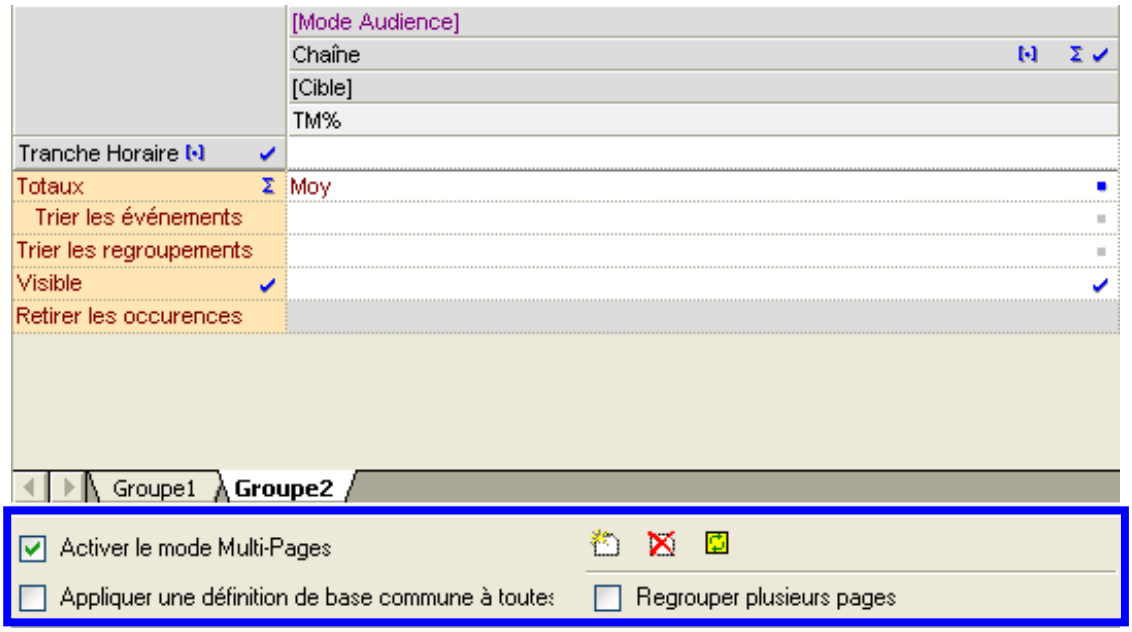
			1	2	3	4	5	6	7
Tranche Horaire			03:00:00 - 04:00:00	04:00:00 - 05:00:00	05:00:00 - 06:00:00	06:00:00 - 07:00:00	07:00:00 - 08:00:00	08:00:00 - 09:00:00	09:00:00 - 10:00:00
Arte	Individus de 4 ans et plus	TM% {Moy}	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

> Extra



La case à cocher ""Total" en haut" permet l'affichage des lignes "Totaux" en début de tableau et en début de regroupement comme dans l'outil Telereport. Par défaut, les lignes "Totaux" sont en effet, affichées en bas de tableau et en fin de regroupement.

> Mode Multi-Pages



Il est possible d'appliquer plusieurs regroupements en une analyse. En effet, les différents tableaux de résultats obtenus porteront sur les mêmes filtres (filtres événements, cibles, chaînes, périodes…), seule la disposition différera.
Ex :
Données en entrée :

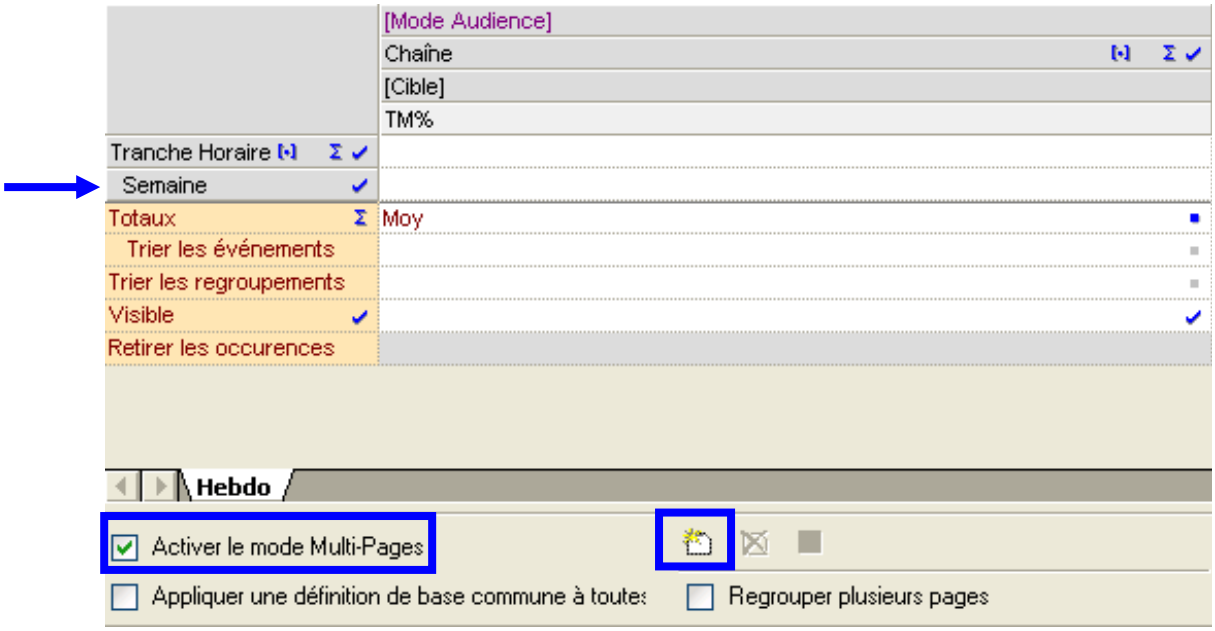
Date : Mois de septembre Médiamat 2007
Cible : Individus de 4 ans et +
Chaîne : TF1 ; France 2 ; France 3 ; M6 ; Autres TV ; Total TV

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Indicateur : TM%
Tranche Horaire : 03H00-27H00
Option de Disposition : Mode Multi-Pages

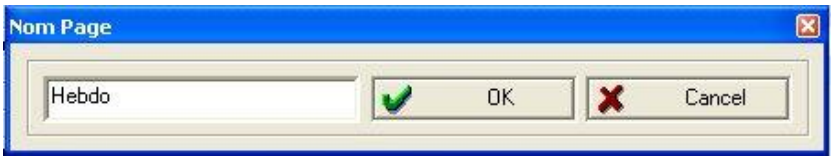
1/ Placer le champ "semaine" en ligne pour obtenir un regroupement de la tranche horaire 03H00-27H00 par semaine.



Cocher la case "**Activer le mode Multi-Pages**", la fenêtre suivante apparaît :

Markdata Media Workstation
Le mode Multi-Pages désactivera l'organisation de la page Souhaitez-vous continuer ?
Oui
Non

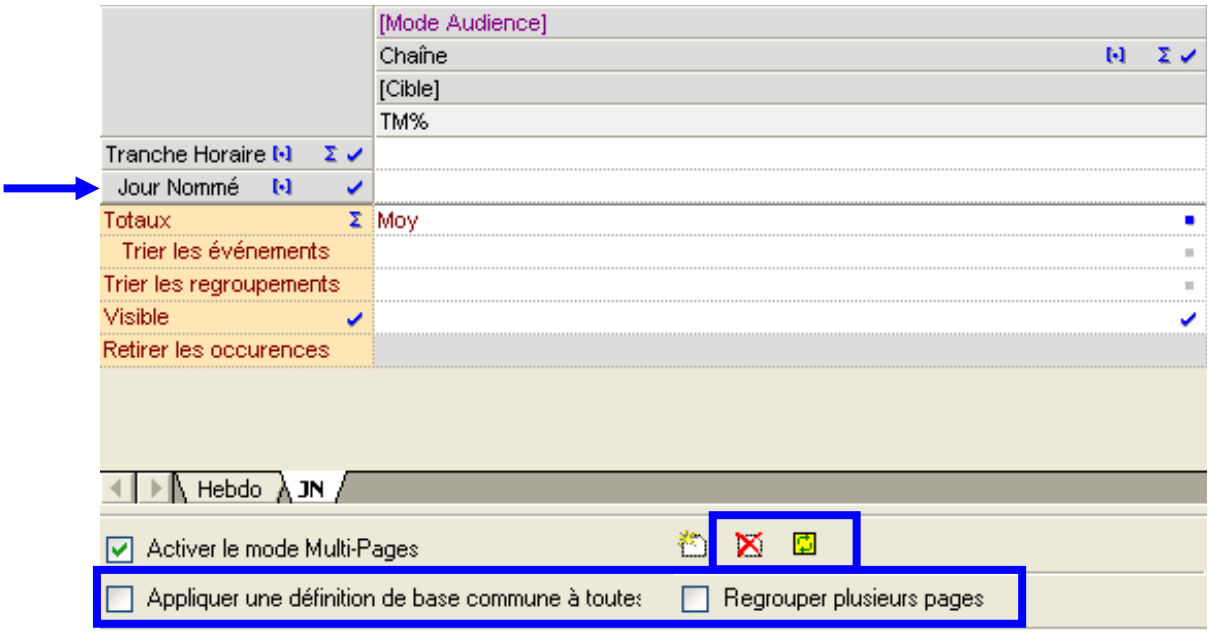
Cliquer sur le bouton "**OUI**"
Pour donner un nom à cette première page, double-cliquer sur l'onglet "Groupe 1" et entrer alors un nom dans la boîte de dialogue proposée. Dans cet exemple "Hebdo".



Puis, cliquer sur le bouton "**Ajouter Page**". La boîte de dialogue "Nom Page" apparaît de nouveau, entrer alors un nom pour cette nouvelle page. Dans cet exemple "JN" pour Jour Nommé.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Une nouvelle page est créée, elle reprend les mêmes caractéristiques que celle de la première page "Hebdo", remplacer alors le champ "Semaine" par "Jour Nommé".



Pour rajouter d'autres pages, cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter Page**".

L'option "**Appliquer une définition de base commune à toutes les pages**" permet d'appliquer un paramétrage d'options générales de disposition (Mode Analyse, Evénements, Extra…) commun à toutes les pages.

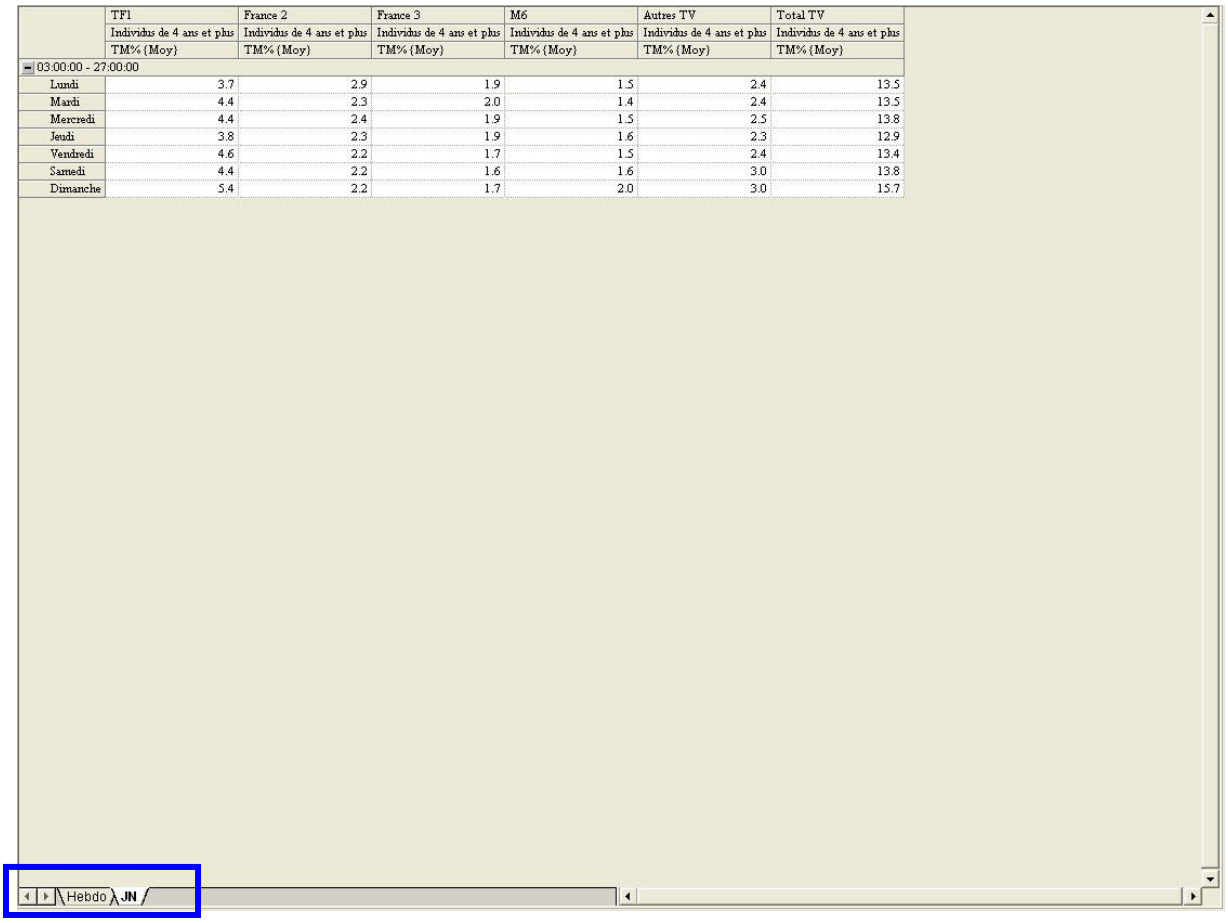
L'option "**Regrouper plusieurs pages**" permet de regrouper les tableaux de chaque onglet dans un seul et même onglet.

Il est possible à tout moment de supprimer certaines pages ("**Supprimer Page**") ou bien d'annuler le mode Multi-Pages ("**Annuler Pages**"). En utilisant cette option, seule la page sélectionnée (onglet blanc) sera conservée.

Tableau de résultats obtenu :

L'analyse contiendra alors autant d'onglets que de pages définies. Si l'analyse est exportée, le fichier Excel contiendra tous les onglets ainsi générés.
Dans cet exemple : un premier onglet "Hebdo" proposant des regroupements par semaine et un deuxième onglet "JN" proposant un regroupement par jour nommé.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



	TF1	France 2	France 3	M6	Autres TV	Total TV
	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus
	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)
03:00:00 - 27:00:00						
Lundi	3.7	2.9	1.9	1.5	2.4	13.5
Mardi	4.4	2.3	2.0	1.4	2.4	13.5
Mercredi	4.4	2.4	1.9	1.5	2.5	13.8
Jeudi	3.8	2.3	1.9	1.6	2.3	12.9
Vendredi	4.6	2.2	1.7	1.5	2.4	13.4
Samedi	4.4	2.2	1.6	1.6	3.0	13.8
Dimanche	5.4	2.2	1.7	2.0	3.0	15.7

Hebdo JN

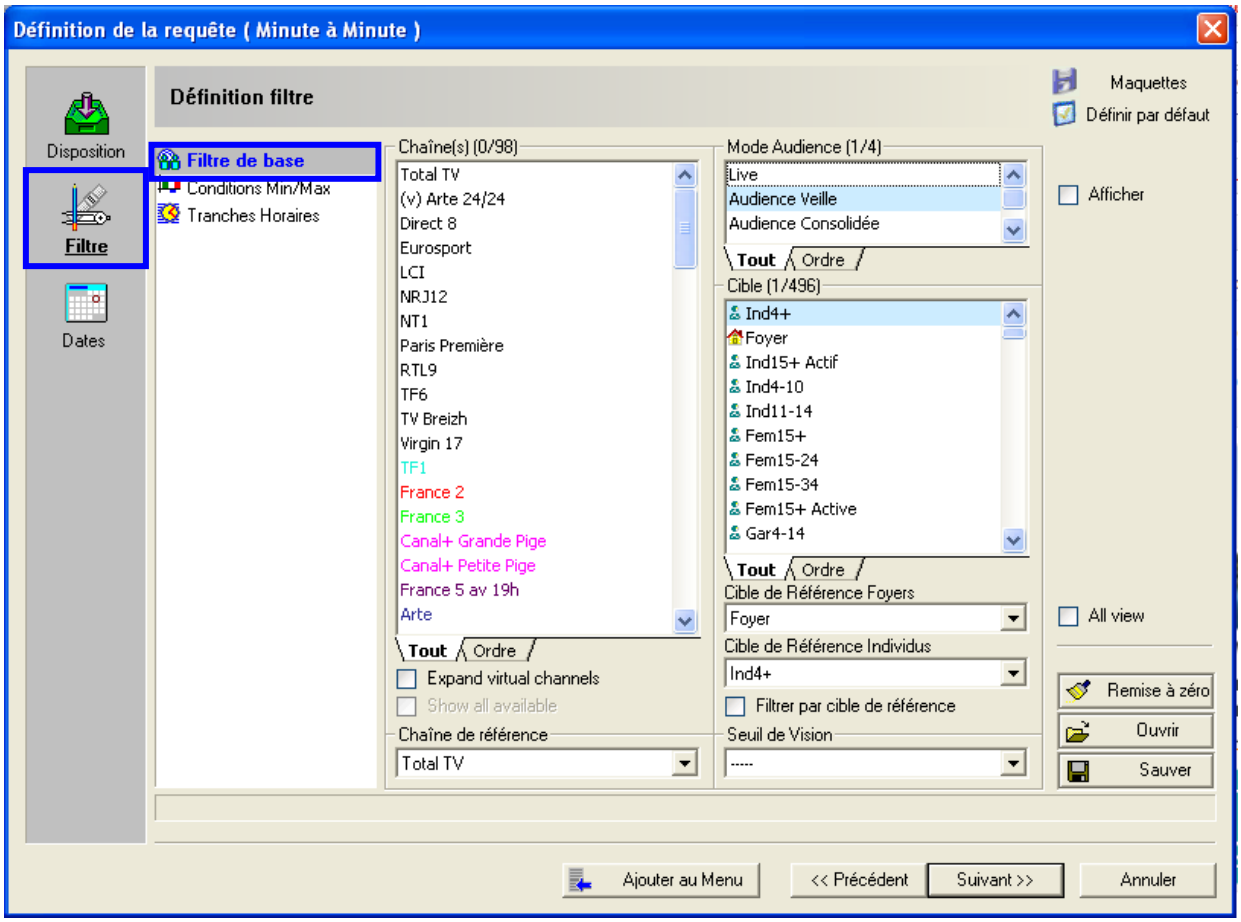
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

3.2.3. Axe "Filtre"

A NOTER
Si une sélection est appliquée (valeur par défaut ou sélection faite par l'utilisateur), le sous-axe "Filtre" apparaît en bleu et en gras dans le menu de sélection de l'axe "Filtre".

3.2.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base"

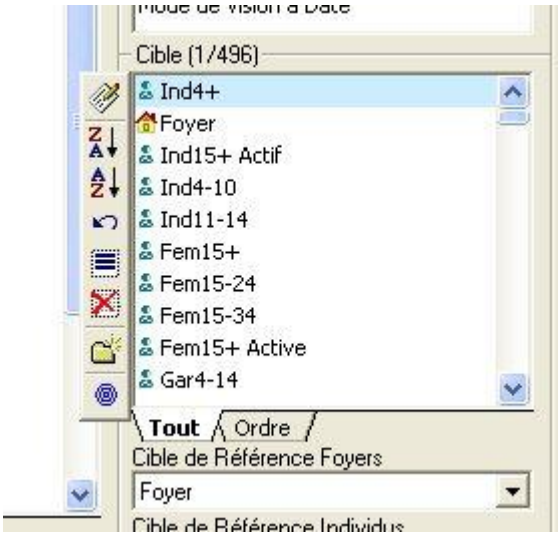


Ce filtre permet de sélectionner :

	Valeurs par défaut
- la ou les chaînes de diffusion	Toutes les chaînes hertziennes + ATV + TTV
- le ou les modes d'audience	Mode de Vision à Date
- la ou les cibles d'analyse	Individus de 4 ans et plus
- la chaîne de référence	Total TV
- la cible de référence Foyers	Foyers
- la cible de référence Individus	Individus de 4 ans et plus
- le seuil de vision	Seuil de vision prédéfini par défaut (----)

> La sélection des cibles et des chaînes peut être simplifiée par l'utilisation de différentes options proposées au niveau d'un menu de sélection. Ce menu apparaît dés lors que la souris est glissée sur les listes de choix "Chaîne(s)" et "Cible(s)".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Tri Ascendant et Tri Descendant

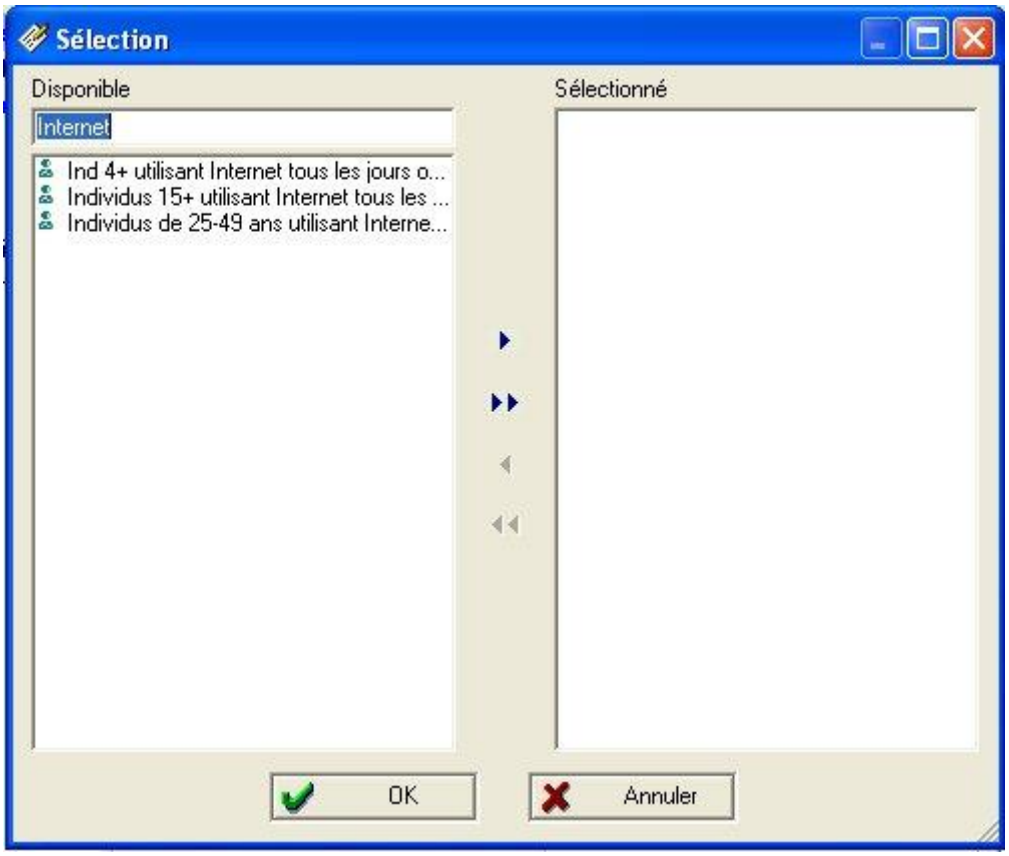
Tout Sélectionner / Tout Désélectionner

Annuler dernière action

Sélection Etendue

La fonctionnalité "Sélection Etendue" permet de filtrer la liste de choix en fonction du contenu des libellés.
En sélectionnant cette option, une nouvelle fenêtre de sélection apparaît.
Entrer alors dans la zone "Disponible" une chaîne de caractères correspondant à une partie d'un libellé de cibles.
Par exemple, recherche des cibles en rapport avec "Internet"
L'application *MMW* applique automatiquement un filtre sur ce terme et seules les cibles contenant ce terme apparaissent désormais dans la liste de choix.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner la ou les cibles sur lesquelles vous souhaitez lancer le calcul en double-cliquant sur chacune d'elles ou bien en les sélectionnant puis en cliquant sur la flèche "simple". La flèche "double" permet la sélection de toutes les cibles proposées.

A NOTER
La sélection étendue est proposée dans toutes les listes de choix de l'application *MMW*. C'est donc le cas pour les chaînes et les variables.

Groupes

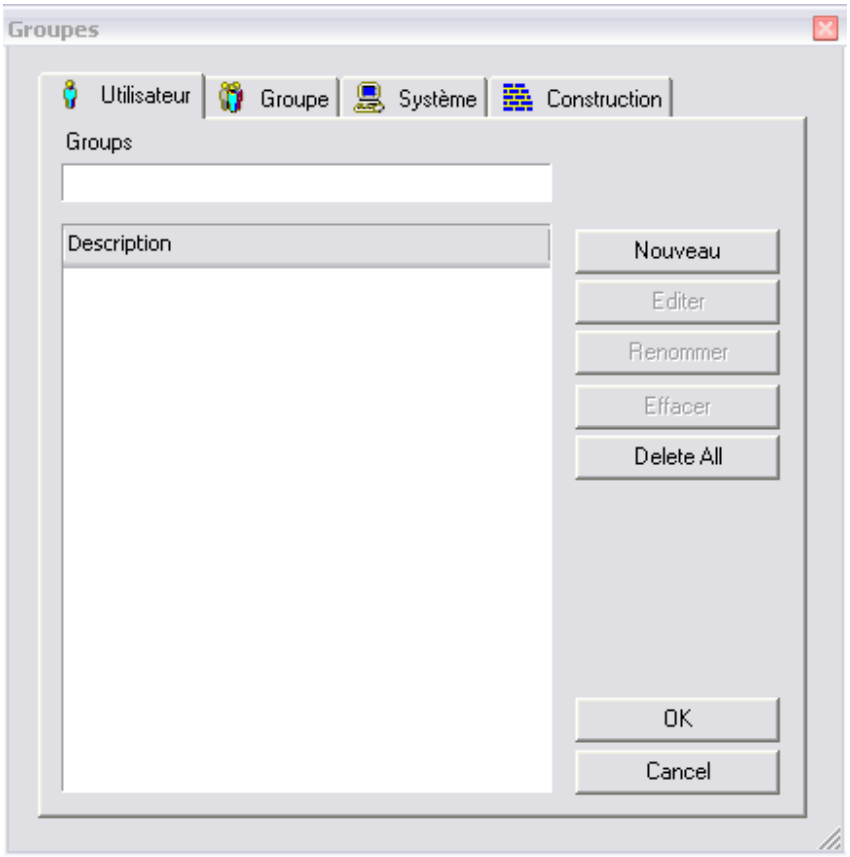
Cliquer sur cet icône, le menu suivant apparaît :

La création de groupes, permet à l'utilisateur de pré-définir des groupes de cibles ou de chaînes afin de faciliter la sélection de ces items.

A NOTER
Dans le cas des groupes de chaînes, il ne faut pas confondre « Groupes » et « Agrégats » qui peuvent être créés au niveau du module « Agrégats de chaînes ». Les groupes permettent d'obtenir des résultats sur chacune des chaînes qui composent ce groupe et non un résultat agrégé.

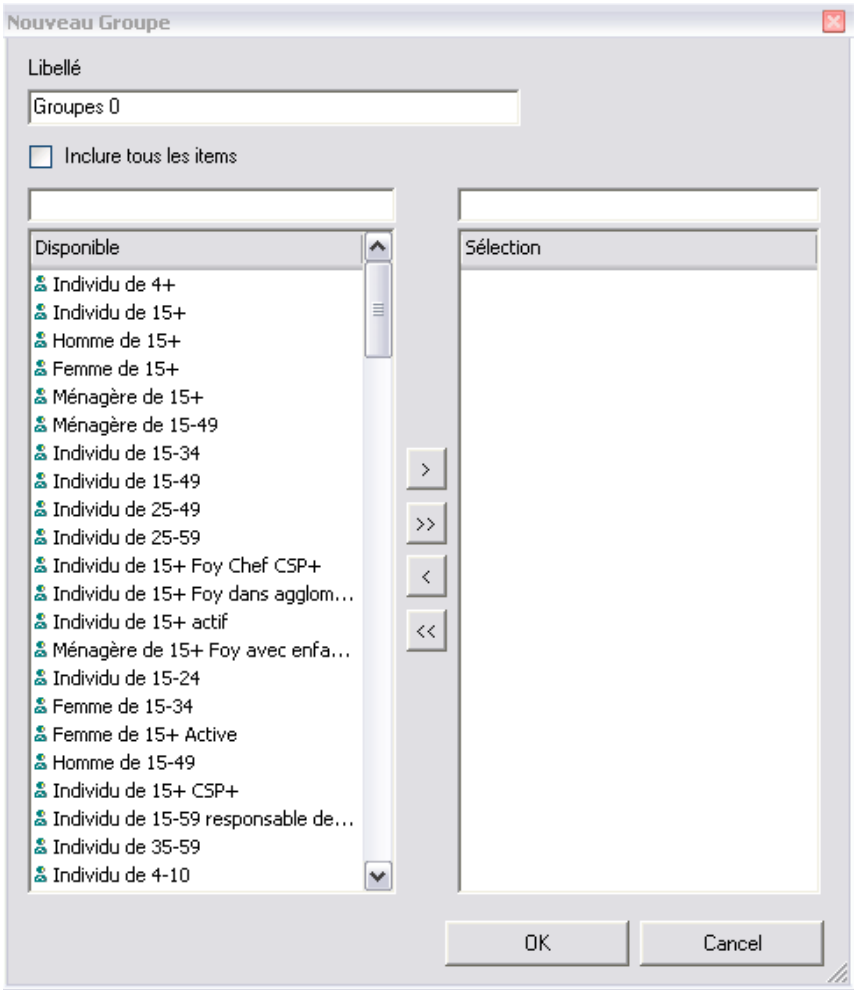
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Pour créer un nouveau groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :



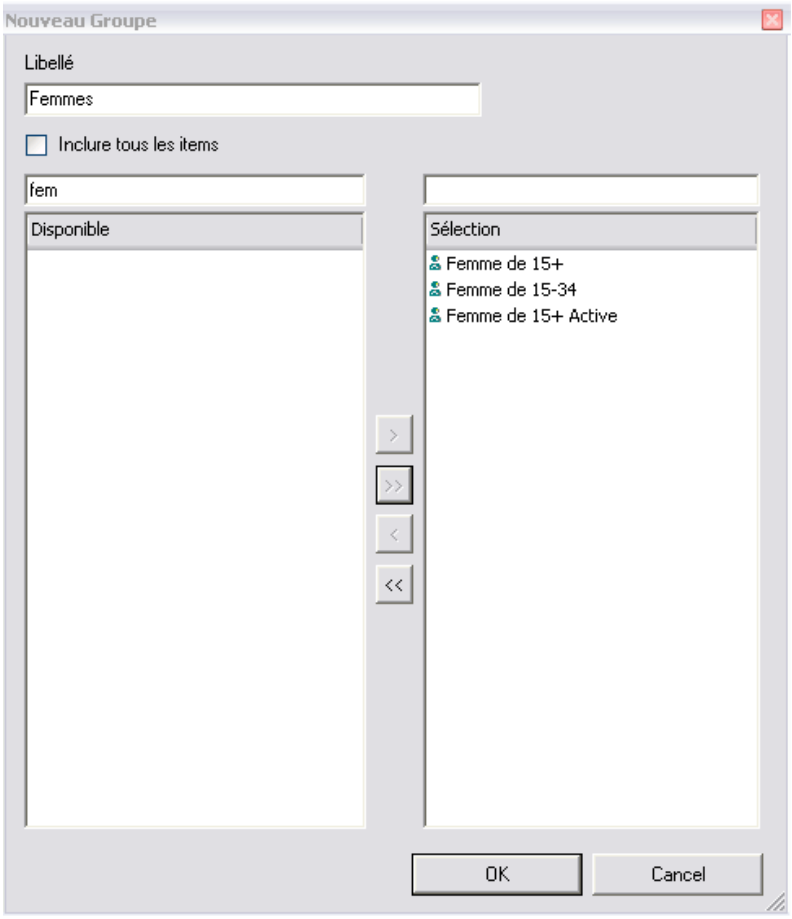
Cliquer alors sur « Nouveau » pour créer votre groupe, une nouvelle fenêtre apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

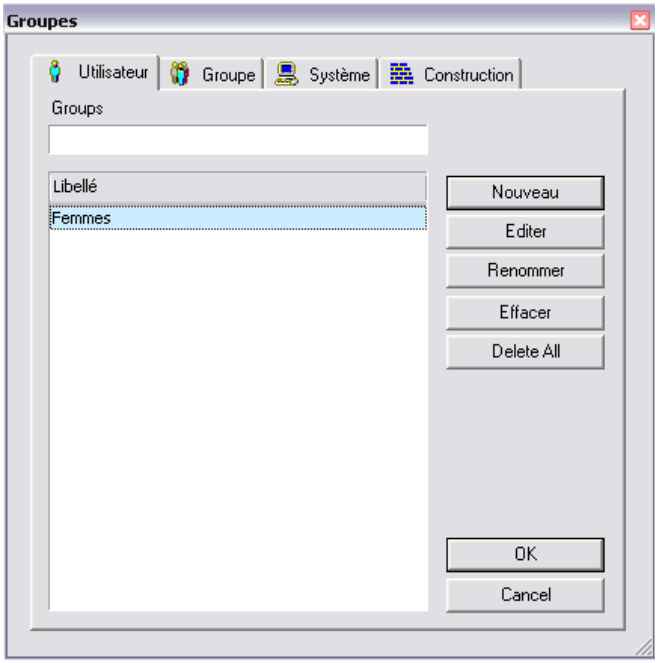


Donner un nom au nouveau groupe (dans notre exemple « Femmes »), puis sélectionner les cibles que vous souhaitez intégrer à ce groupe (à l'aide d'une recherche par chaîne de caractères si vous le souhaitez).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Puis cliquer sur « OK ».



Cliquer sur « OK » pour valider la création. Puis enfin, cliquer sur le bouton « Oui » de la fenêtre de confirmation de création.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

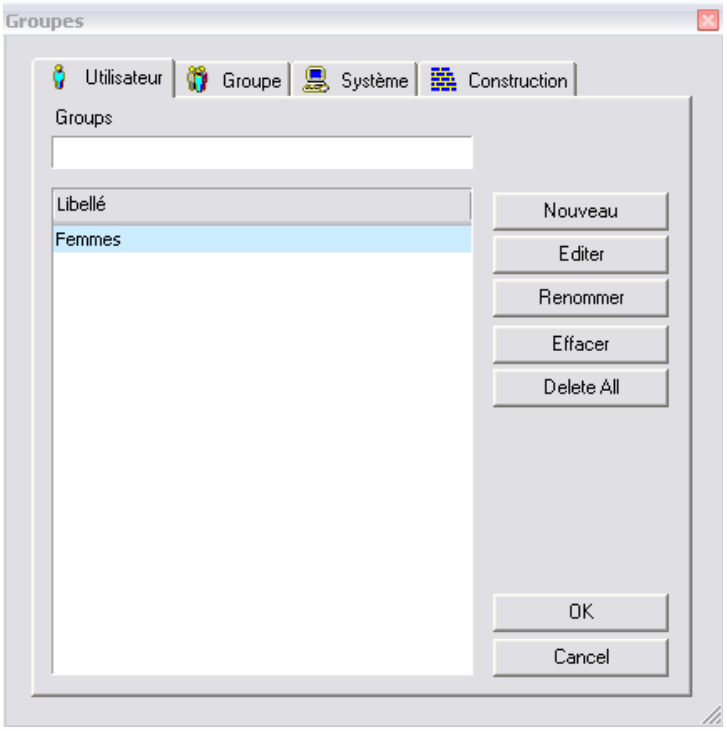
Le nouveau groupe « Femmes » est créé, il apparaît alors dans la liste de choix :

- Pour connaître sa composition, cliquer sur l'icône « + » qui apparaît devant le libellé.

- Pour sélectionner ce groupe et donc afficher les résultats d'audience correspondants à sa composition, cocher la case.

- Pour modifier, supprimer, renommer un groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



L'affichage simultané des groupes et de chacun des items n'est pas possible.
- Pour afficher les groupes, cocher l'option « Afficher Groupes » ;
- Pour afficher la liste de tous les items disponibles, décocher cette option.

Par défaut, cette option est décochée.

Lorsque l'utilisateur sélectionne un groupe puis revient au mode liste qui reprend tous les items, les items qui composent ce groupe restent sélectionnés. L'utilisateur peut alors compléter cette sélection par une sélection dite « unitaire ».

Cibles

Il est possible de créer des cibles utilisateur à partir de l'analyse « Quart d'Heure ». Il s'agit des mêmes fonctionnalités que celles proposées au niveau du module « Cibles » (Volet « Utilitaires » de la barre de raccourci) à savoir la création de cibles à partir des variables du panel ou de cibles existantes (cibles composites).

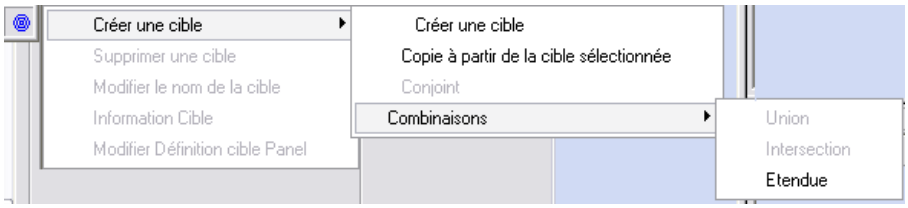
- Pour créer une cible à partir des variables du panel, sélectionner les 2 options « Créer une cible » :

- Pour créer une cible à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible » puis « Copie à partir de la cible sélectionnée » :

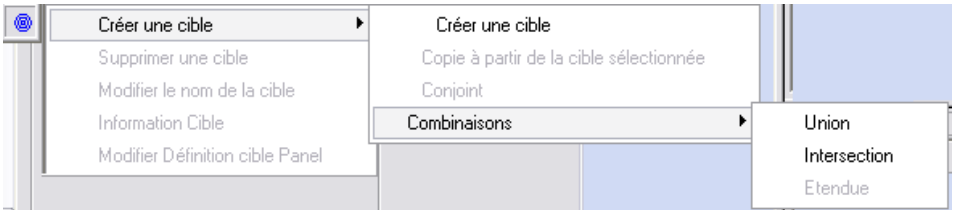
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- Pour créer plusieurs cibles à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible », puis « Combinaisons », puis « Etendue » :



- Pour créer une cible composite à partir d'au moins 2 cibles existantes, sélectionner ces cibles dans la liste de choix et sélectionner l'option « Combinaisons », puis « Union » ou « Intersection » :



Pour connaître dans le détail, les procédures de création de cibles, se référer au paragraphe 5.2. de ce manuel d'utilisation.

Toutes cibles utilisateurs créées à partir de ce menu seront automatiquement intégrées au module « Cibles ».

> Choix du mode d'audience

A partir du 3 janvier 2011, l'étude Médiamat intègre l'audience en différé. En conséquence, l'application *MMW* propose quatre modes d'audience :
- Live
- Audience Veille
- Audience Consolidée
- Mode d'Audience à Date (valeur par défaut)

➲ Live : Mode d'audience historique

➲ Audience Veille
Live + VOSDAL
VOSDAL (View on Same Day As Live) = Il s'agit d'une session d'écoute qui a un décalage de plus de 60 secondes entre la diffusion du programme et le moment de visionnage de ce programme. Cette session d'écoute est réalisée le même jour que le jour de diffusion initiale du programme.

➲ Audience Consolidée
Live + VOSDAL + Audience Différé sur les 7 jours suivants
Il s'agit de l'audience en différé (> 60 secondes) après ré-affectation sur les 7 jours consécutifs à la diffusion.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

➲ Mode de Vision à Date

Ce mode permet d'agréger (moyenne ou somme) des résultats d'audience issus de différents modes. Ce mode est nécessaire lorsque l'Audience Consolidée d'une période n'est pas encore disponible et que l'on souhaite communiquer sur un résultat moyen portant en partie sur cette même période, il est autorisé d'utiliser les différents modes faisant foi publiés à date (utilisation de toutes les Audiences Consolidées disponibles et de la ou des Audiences Veille lorsque l'Audience Consolidée n'est pas disponible).

Exemple

Lancement du calcul le Jour 15 :

		Live	Audience Veille	Audience Consolidée	Mode de Vision à Date
Jour 1	Programme A	5,0	-	-	5,0
Jour 2	Programme A	4,5	-	-	4,5
Jour 3	Programme A	8,6	-	-	8,6
Jour 4	Programme A	7,9	8,1	8,2	8,2
Jour 5	Programme A	6,5	6,9	7,0	7,0
Jour 6	Programme A	5,9	6,1	6,3	6,3
Jour 7	Programme A	4,7	4,8	4,9	4,9
Jour 8	Programme A	7,7	7,8	-	7,8
Jour 9	Programme A	6,4	6,5	-	6,5
Jour 10	Programme A	7,2	7,5	-	7,5
Jour 11	Programme A	9,1	9,2	-	9,2
Jour 12	Programme A	6,7	6,9	-	6,9
Jour 13	Programme A	5,1	5,3	-	5,3
Jour 14	Programme A	7,5	7,6	-	7,6
MOYENNE		6,6	7,0	6,6	6,8

IMP

- L'utilisateur a la possibilité de sélectionner un ou plusieurs modes d'audience et de trier l'ordre d'affichage de chacun des modes dans le tableau de résultats.
- Les cibles de type « Foyer » ne proposent de résultats d'audience sur les modes en différé (Audience Veille, Audience Consolidée et Mode de Vision à Date).

> Seuil de vision

Le seuil de vision permet de définir la notion de téléspectateur. L'application *MMW* prend en compte, par défaut, dans ses calculs tous les téléspectateurs qui ont vu au moins

- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

de chacun de ces événements (programmes/tranches horaires). L'utilisateur a la possibilité de définir ce qu'est un téléspectateur en appliquant une condition sur la durée de vision de chacun des événements.

Ex : Un individu est téléspectateur s'il a vu au moins 1 minute non consécutive de chacun des événements analysés, ou bien s'il a vu au moins 25% de la durée de chacun des événements…

Le seuil de vision ne s'applique qu'aux indicateurs suivants :

- TC%
- DET
- Ass%
- STA_TC

Si dans le cadre d'une analyse, les deux indicateurs TC% et TM% sont sélectionnés et qu'un seuil de vision autre que seuil de vision par défaut est appliqué, ce dernier n'impactera que l'indicateur TC%.

Pour appliquer un seuil de vision, sélectionner un seuil de vision prédéfini au niveau du menu déroulant « Seul de Vision ». Plusieurs seuils de vision prédéfinis ont été créés par Médiamétrie :

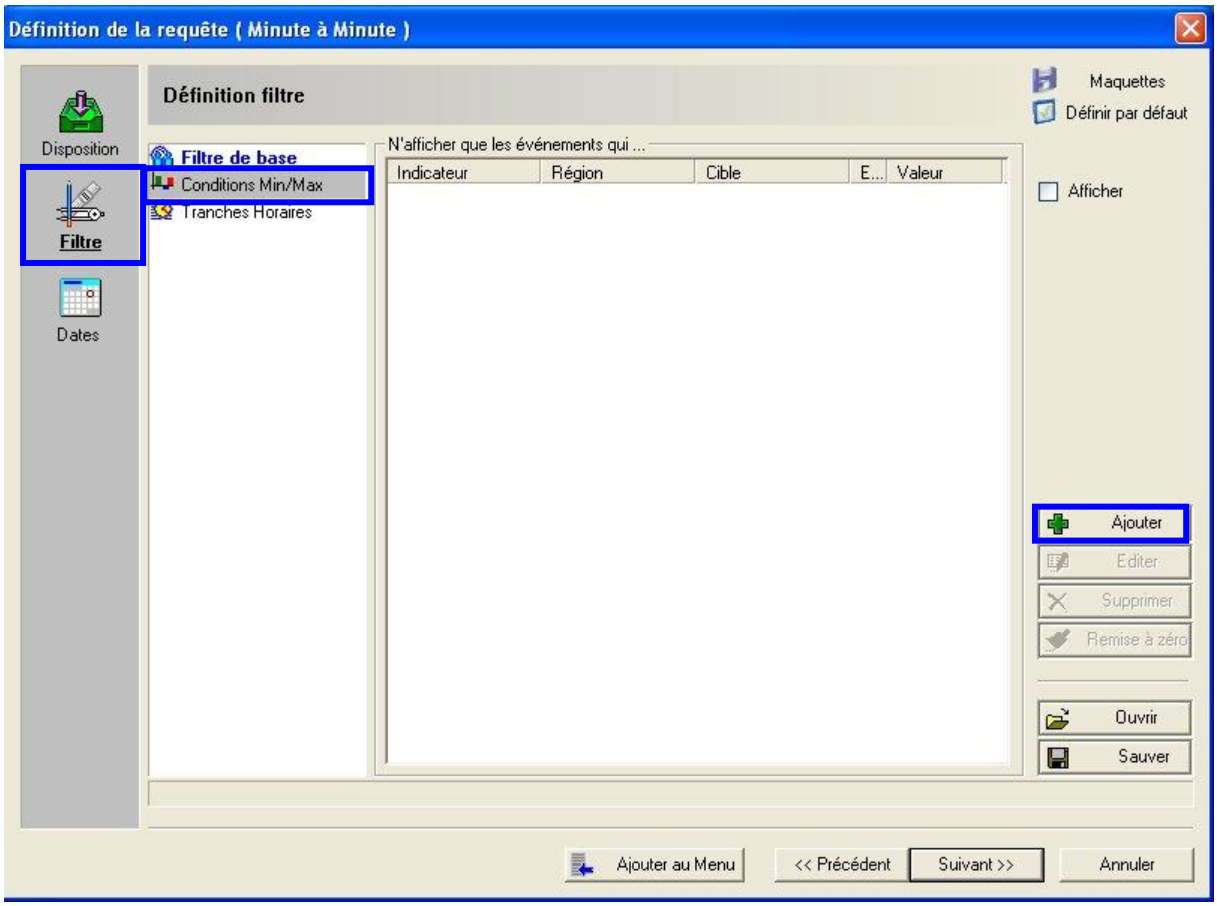
- 1 Seconde

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- 10 Secondes (Consécutives)
- 60 Secondes (Non Consécutives)
- 15 Min (Non Consécutives)
- 50% (Non Consécutif)

Pour créer de nouveaux seuils de vision prédéfinis, utiliser le module « Seuil de vision prédéfini » (« Options Générales »)

3.2.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max"

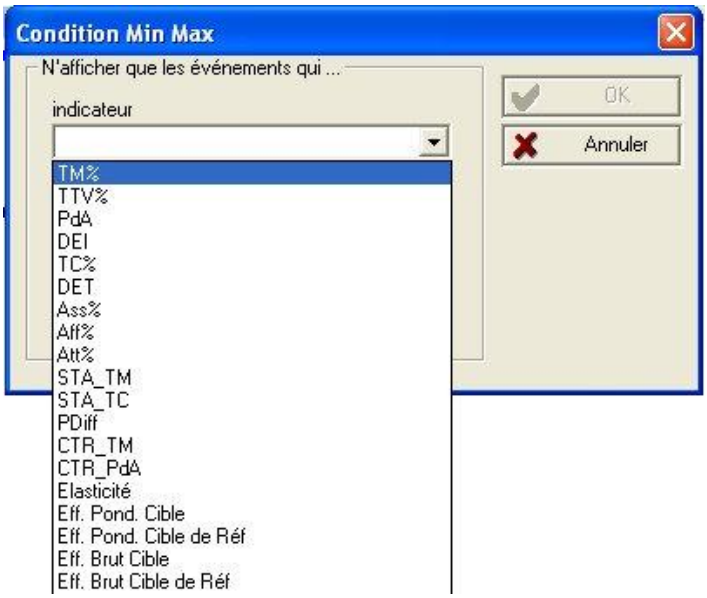


Ce sous-axe permet de filtrer les tranches horaires affichées dans le tableau de résultats en fonction de leur résultat d'audience.

Pour appliquer une condition Min/Max, cliquer sur le bouton "**Ajouter**". La fenêtre suivante apparaît :

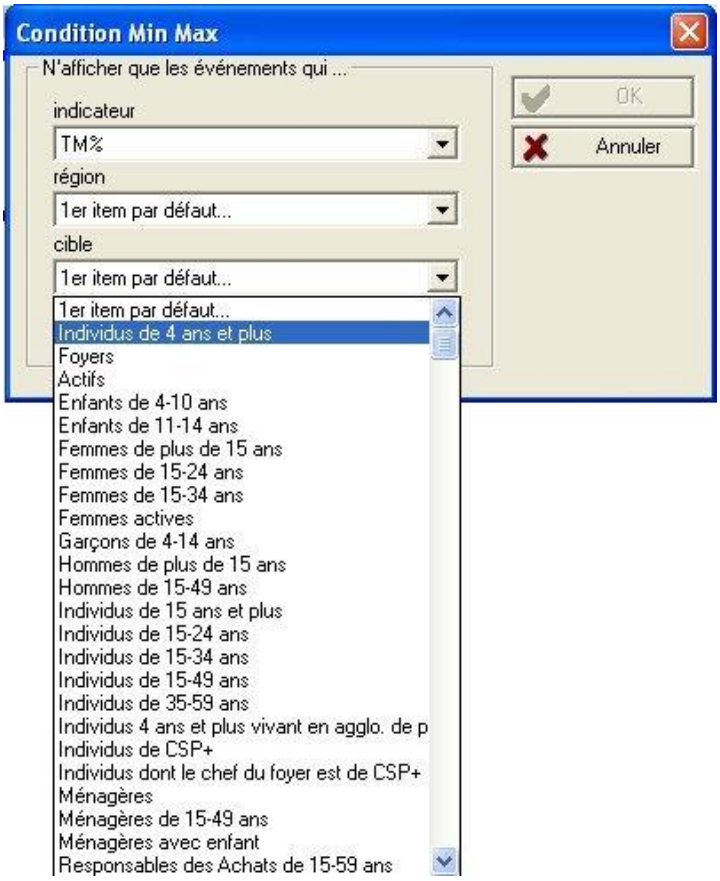
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Sélectionner un indicateur d'audience sur lequel appliquer la condition à partir du menu déroulant "indicateur" :



- Sélectionner une cible sur laquelle appliquer la condition à partir du menu déroulant "cible" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

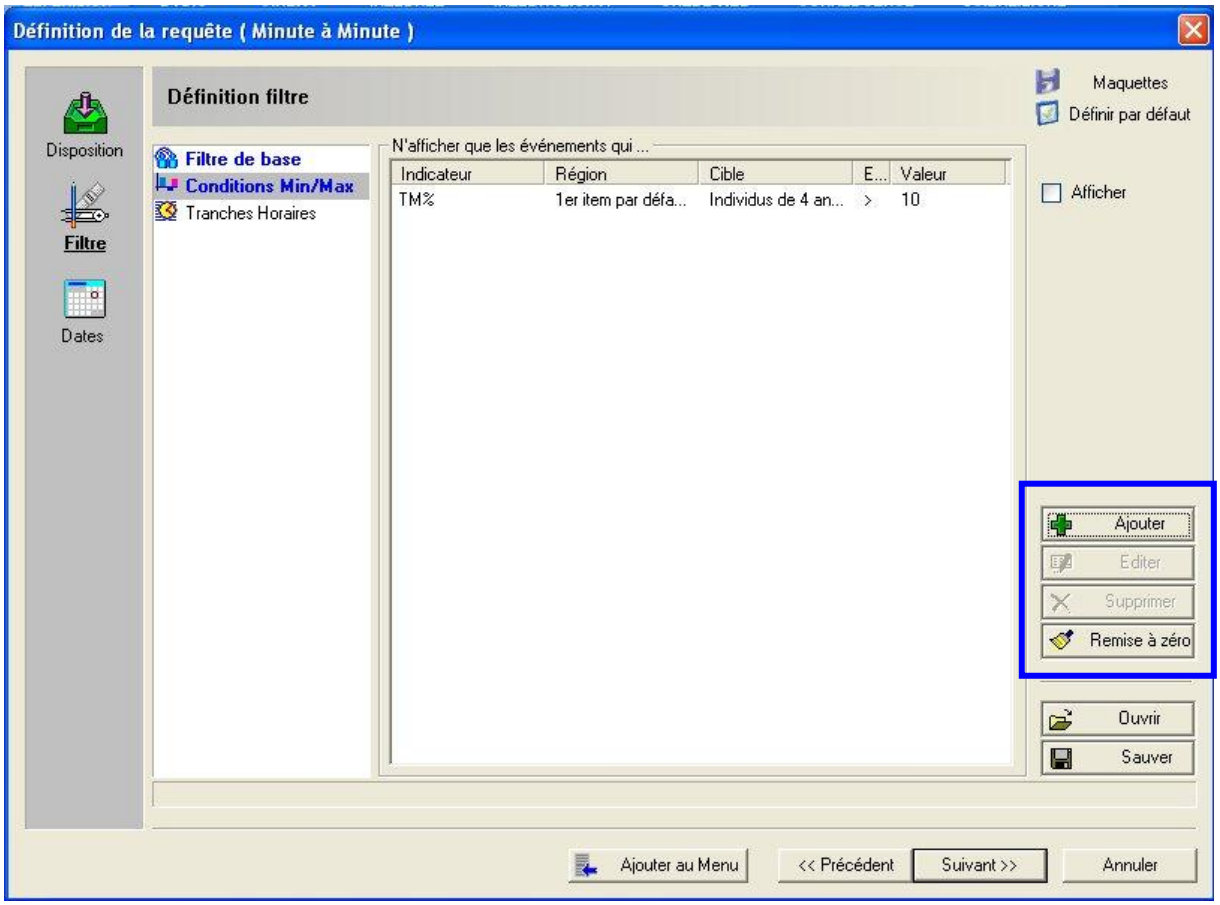


- Sélectionner la condition à appliquer à partir du menu déroulant "est…" :
"!=" correspond à l'option "différent de…"

Puis appliquer une valeur à cette condition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Puis cliquer sur "OK" pour valider cette condition minimale.
Le sous-axe "Condition Min/Max" est alors renseigné comme ci-dessous



- Il est possible d'ajouter une nouvelle condition Min/Max, pour cela cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter**".

- Pour modifier une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Editer**".
- Pour supprimer une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Supprimer**".

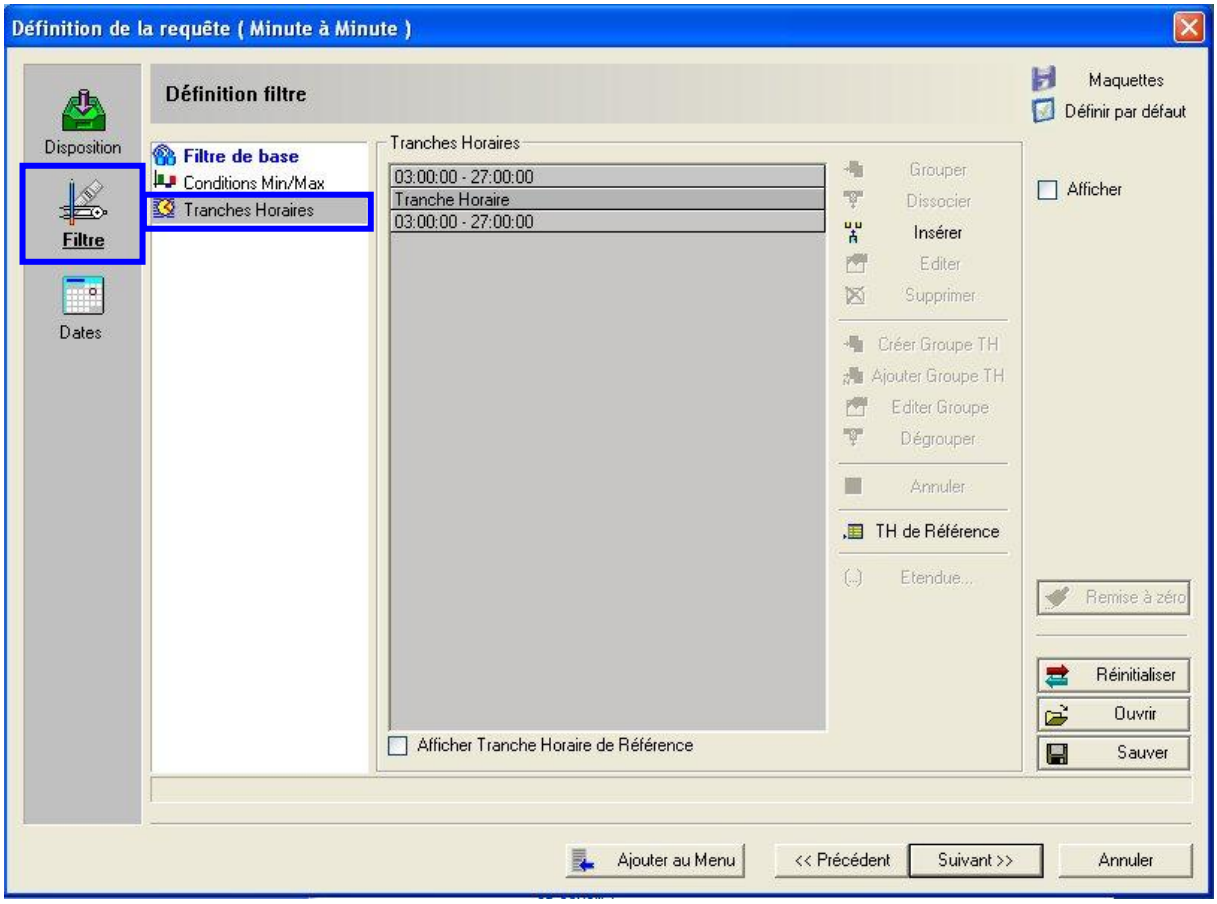
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- Pour supprimer toutes les conditions appliquées, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

A NOTER
La sélection des événements affichés dans le tableau de résultats correspondra aux différentes conditions Min/Max appliquées.

3.2.3.3. Sous-Axe "Tranches Horaires"



Le sous-axe "Tranches Horaires" permet de paramétrer les tranches horaires sur lesquels les résultats d'audience porteront.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Par défaut, l'application *MMW* propose la tranche horaire 03H00-27H00.

Options de paramétrage disponibles

> Insérer une tranche horaire…

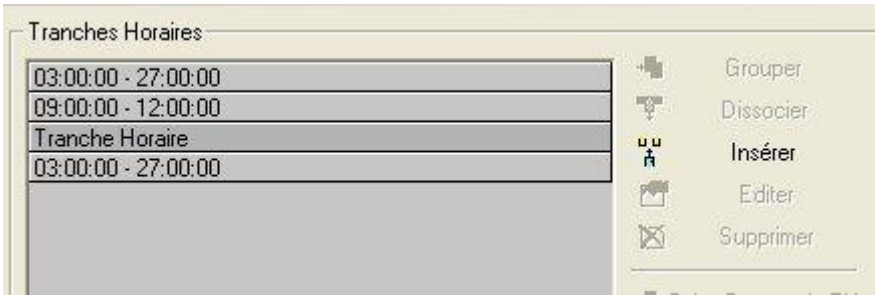
… via le menu :

… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

Cliquer sur l'option "**Insérer**", la fenêtre suivante apparaît :

Entrer alors la tranche horaire souhaitée et cliquer sur "**OK**". La tranche horaire est alors ajoutée dans la zone "Tranches Horaires"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



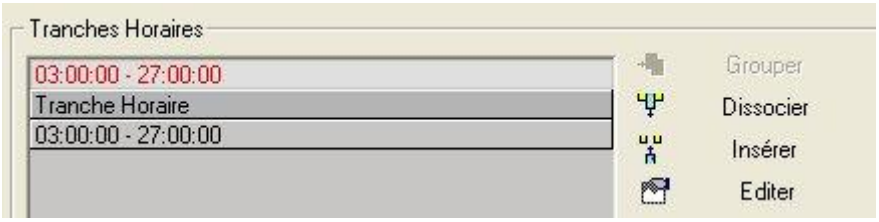
> Dissocier une tranche horaire…

… via le menu :

… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

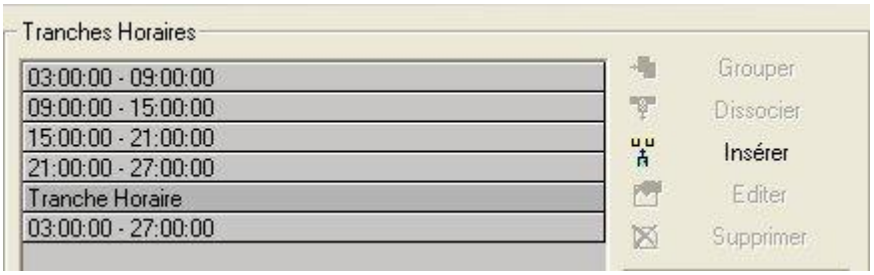
Cliquer sur la tranche horaire à dissocier (ici 03H00-27H00), l'option "**Dissocier**" est alors dégrisée.



Puis cliquer sur l'option "**Dissocier**", la fenêtre suivante apparaît :

Sélectionner le pas de dissociation souhaité (pas le plus fin = 1 minute) puis cliquer sur "OK".

La tranche horaire sélectionnée est automatiquement dissociée selon le pas choisi (ici 6 Heures).



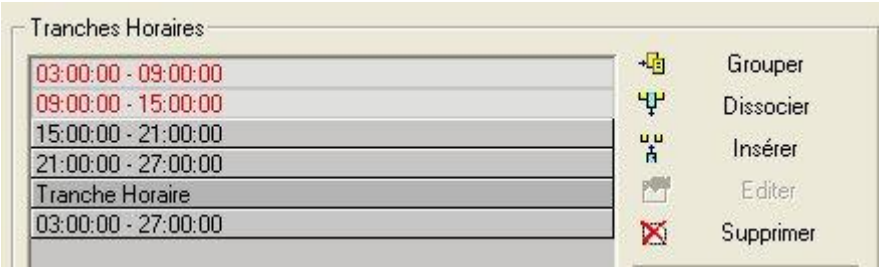
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Grouper une tranche horaire…

… via le menu :

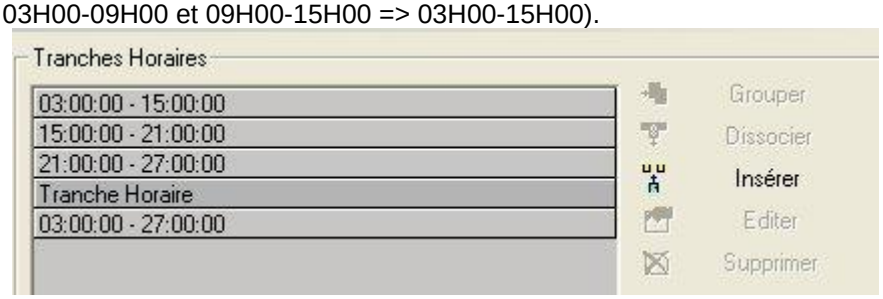
… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

Cliquer sur les tranches horaires à grouper (au moins deux) (ici 03H00-09H00 et 09H00-15H00), l'option "**Grouper**" est alors dégrisée.



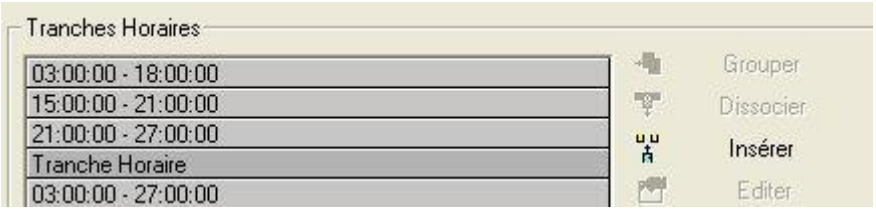
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Puis cliquer sur l'option "**Grouper**", les deux tranches horaires sélectionnées sont automatiquement groupées (Ici 03H00-09H00 et 09H00-15H00 => 03H00-15H00).



Si l'utilisateur sélectionne deux tranches horaires non consécutives pour les grouper, l'application *MMW* créera une nouvelle tranche horaire à partir de l'heure de début de la première tranche horaire et l'heure de fin de la seconde tranche horaire.
Ex :

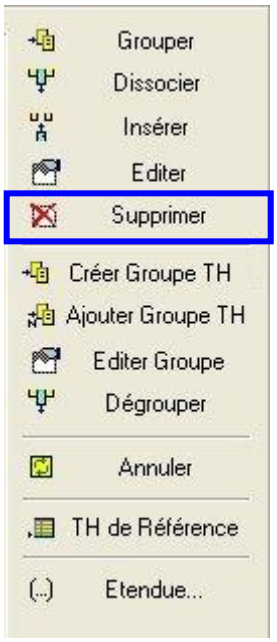
=>



> Supprimer une tranche horaire…

… via le menu :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



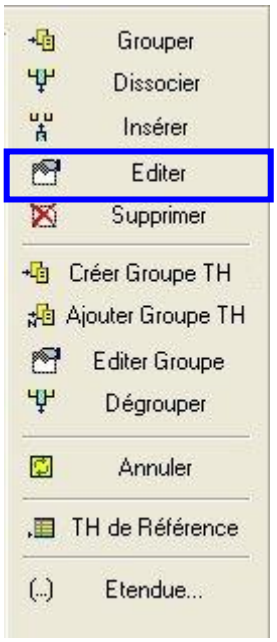
… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

Cliquer sur la ou les tranches horaires à supprimer, l'option "**Supprimer**" est alors dégrisée. Cliquer alors sur l'option "**Supprimer**", la ou les tranches horaires sélectionnées sont alors supprimées de la liste.

> Editer une tranche horaire…

… via le menu :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

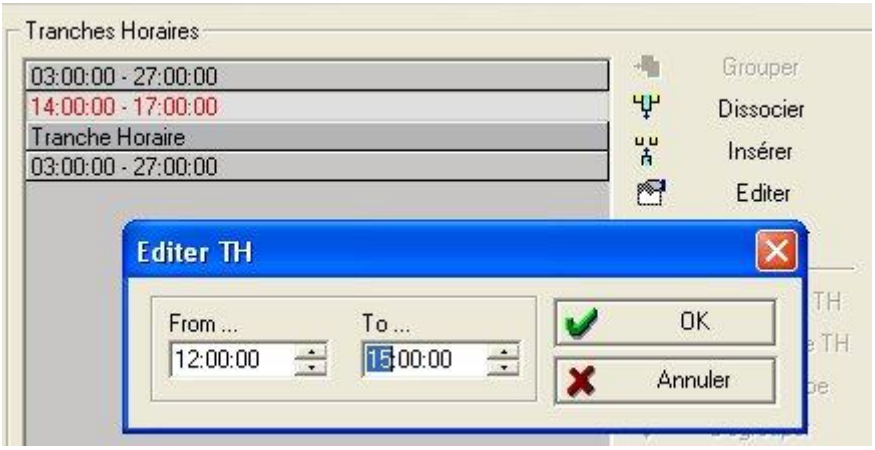


… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

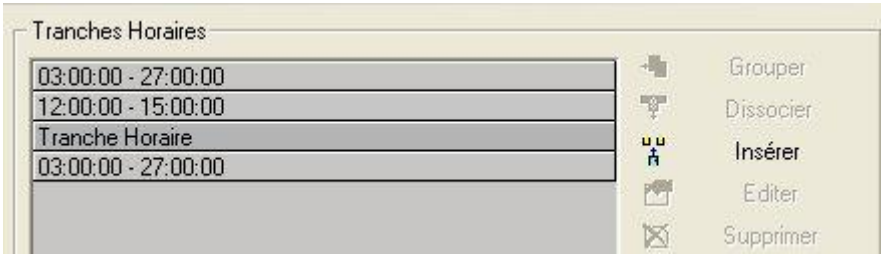
Cliquer sur la tranche horaire à éditer, l'option "**Editer**" est alors dégrisée. Cliquer alors sur l'option "**Editer**", la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



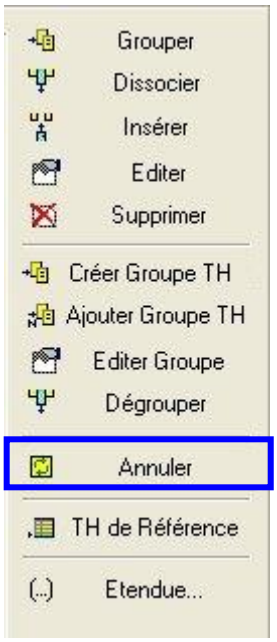
Entrer une tranche horaire comprise dans l'intervalle de la tranche horaire sélectionnée (Ici 12H00-15H00) puis cliquer sur "OK".
=> La tranche horaire 12H00-15H00 remplace alors la tranche horaire initiale 14H00-17H00.



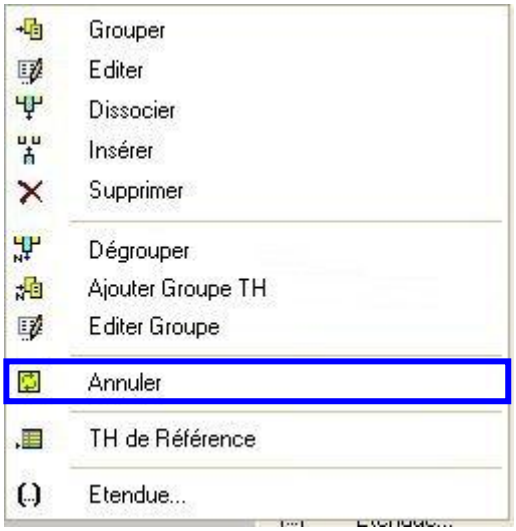
> Annuler

… via le menu

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :



Cliquer sur l'option "**Annuler**" pour supprimer toute la sélection. La fenêtre suivante apparaît :

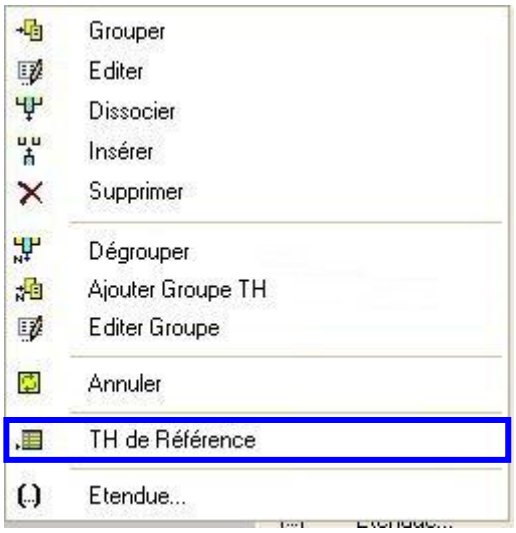
Cliquer sur "**Oui**", seule la tranche horaire de référence sera conservée dans la liste.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> TH de Référence

… via le menu

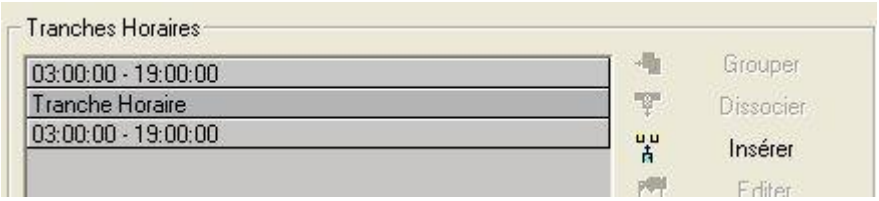
… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :



Cliquer sur l'option "**TH de Référence**", la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Entrer alors une nouvelle tranche horaire de référence (Ici 03H00-19H00). Cette tranche horaire devient la référence.



L'utilisateur ne pourra plus entrer des tranches horaires non comprises dans cette tranche horaire.

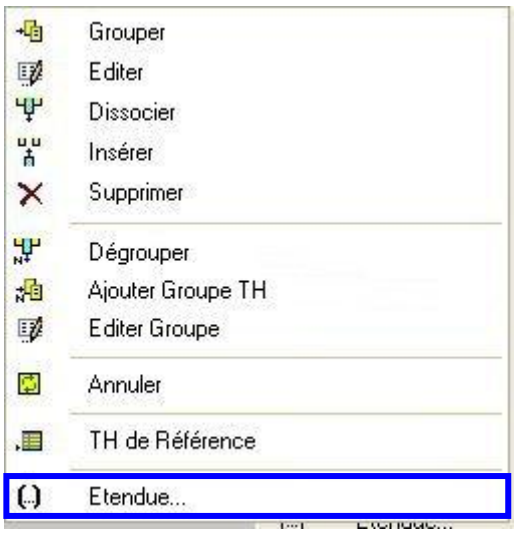
> Etendue…

… via le menu

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

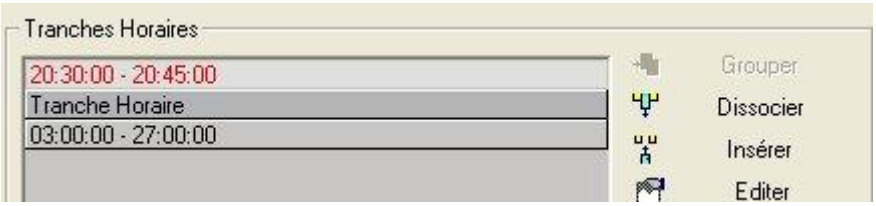


Cette option permet d'associer à une tranche horaire :
- une ou plusieurs chaînes
- une ou plusieurs dates
- un ou plusieurs jours nommés

Et donc de qualifier des événements de type "Tranche Horaire" (combinaison des items tranches Horaires" + "Dates" + "Chaînes).

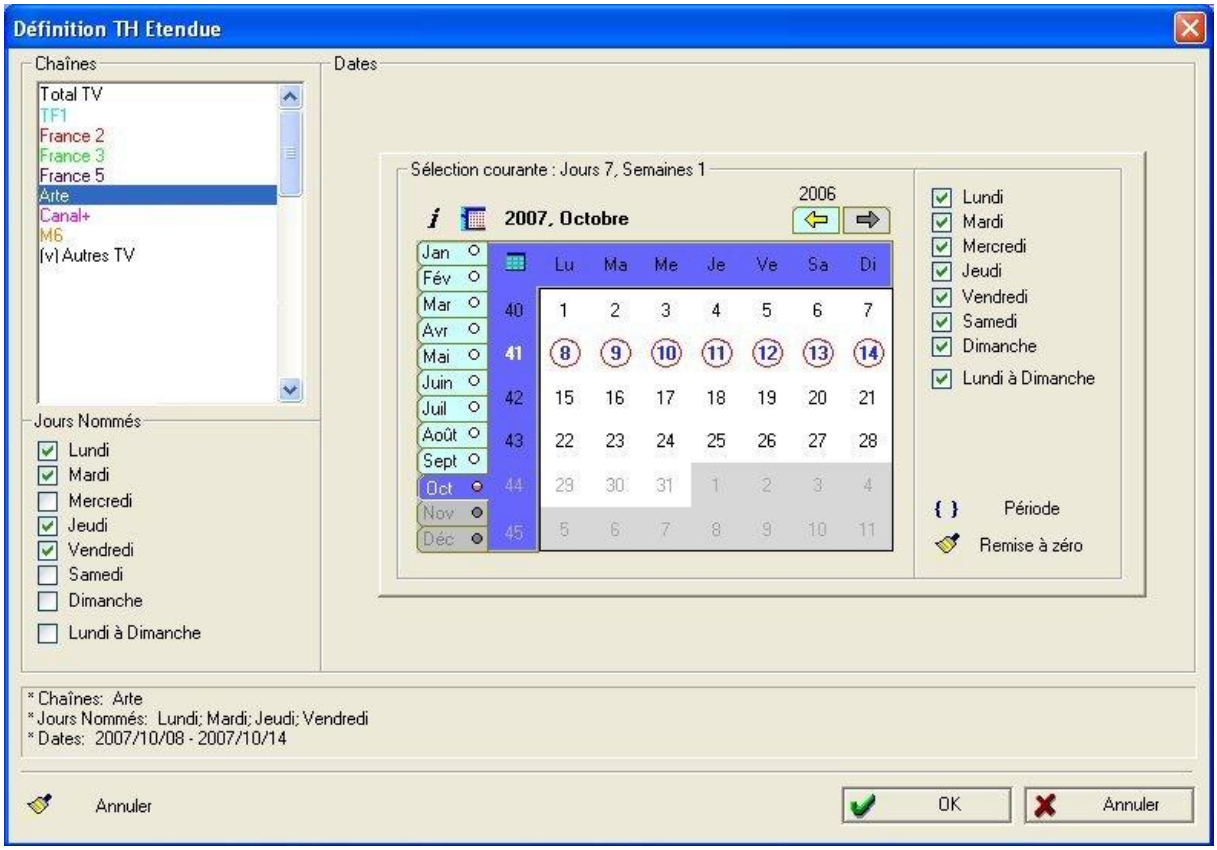
Exemple :
Création des événements de type tranche horaire :
- 20H30- 20H45 sur Arte les Lundi, Mardi, Jeudi et Vendredi du 08 au 14/10/2007
- 20H35- 20H50 sur TF1, F2, F3 et M6 les Lundi, Mardi, Jeudi et Vendredi du 08 au 14/10/2007

1/ Entrer la tranche horaire 1 "20H30-20H45" puis la sélectionner.



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

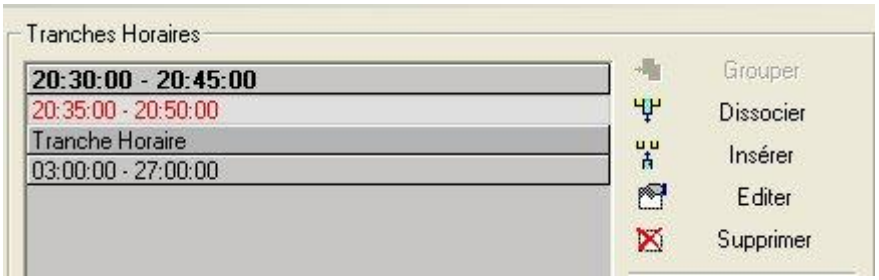
Cliquer sur l'option "**Etendue…**", la fenêtre suivante apparaît :



Paramétrer cette fenêtre comme souhaité et cliquer sur "**OK**".

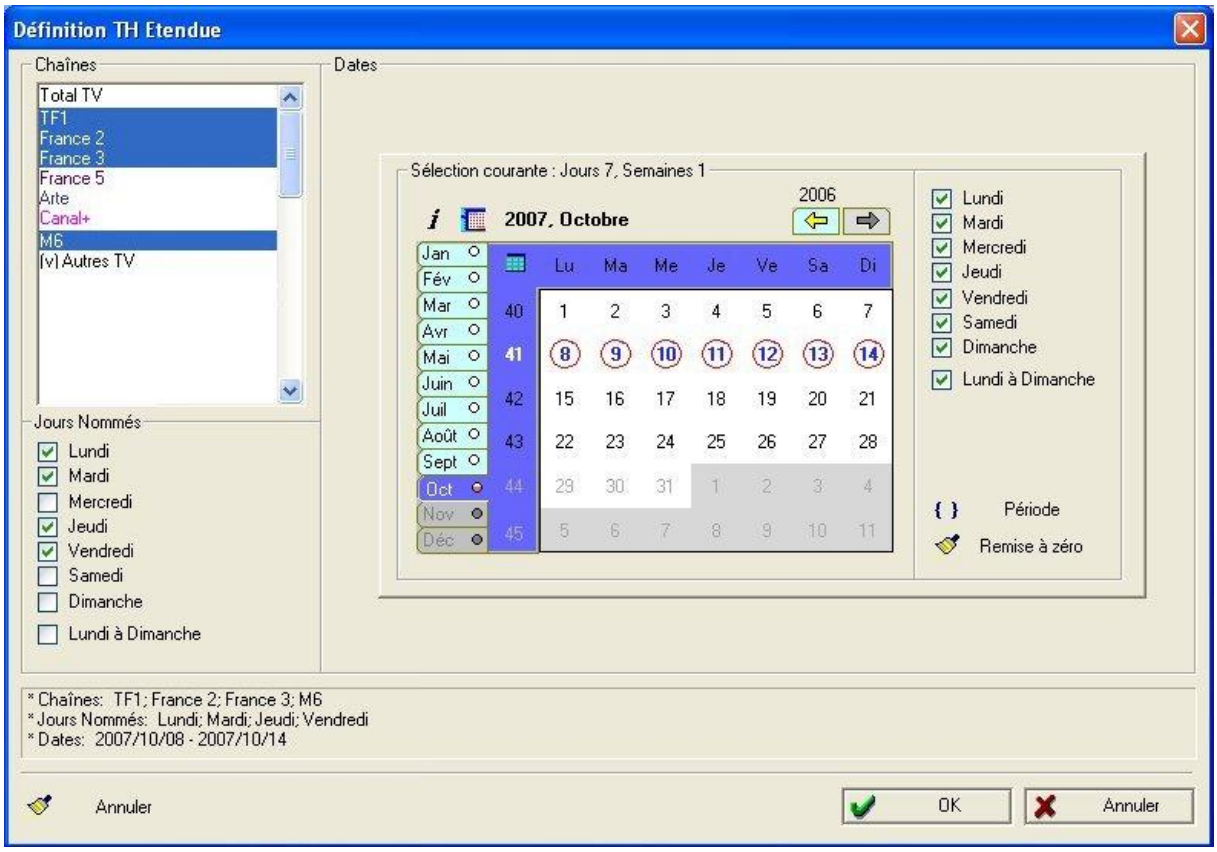
La tranche horaire "20H30-20H45" apparaît dans la liste des tranches horaires sélectionnées. Pour afficher le paramétrage appliqué à cette tranche horaire, glisser la souri sur le libellé de la tranche.

2/ Entrer la tranche horaire 2 "20H35-20H50" puis sélectionner la.



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Cliquer sur l'option "**Etendue…**", la fenêtre suivante apparaît :



Paramétrer cette fenêtre comme souhaité et cliquer sur "**OK**".

La tranche horaire "20H35-20H50" apparaît dans la liste des tranches horaires sélectionnées. Pour afficher le paramétrage appliqué à cette tranche horaire, glisser la souri sur le libellé de la tranche.

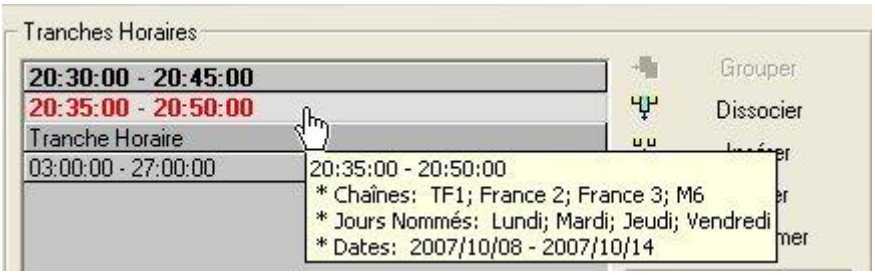


Tableau de résultats obtenu :

Quel que soit les chaînes, les dates sélectionnées ou le filtre jour nommé appliqué, les seules valeurs retenues sont celles paramétrées au niveau de la fenêtre "**Définition TH Etendue**".

- Si sélection des 8, 9,11 et 12/10/2007

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte
	Ind4+	Ind4+	Ind4+	Ind4+	Ind4+
	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}
20:35:00 - 20:50:00	13.1	7.0	8.7	4.1	
20:30:00 - 20:45:00					1.6

- Si sélection de la date 08/10/2007 uniquement

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte
	Ind4+	Ind4+	Ind4+	Ind4+	Ind4+
	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}	TM%{Moy}
20:35:00 - 20:50:00	13.1	7.0	8.7	4.1	
20:30:00 - 20:45:00					1.6

=> Les résultats obtenus sont identiques.

> Options relatives à la notion de groupe de Tranches Horaires

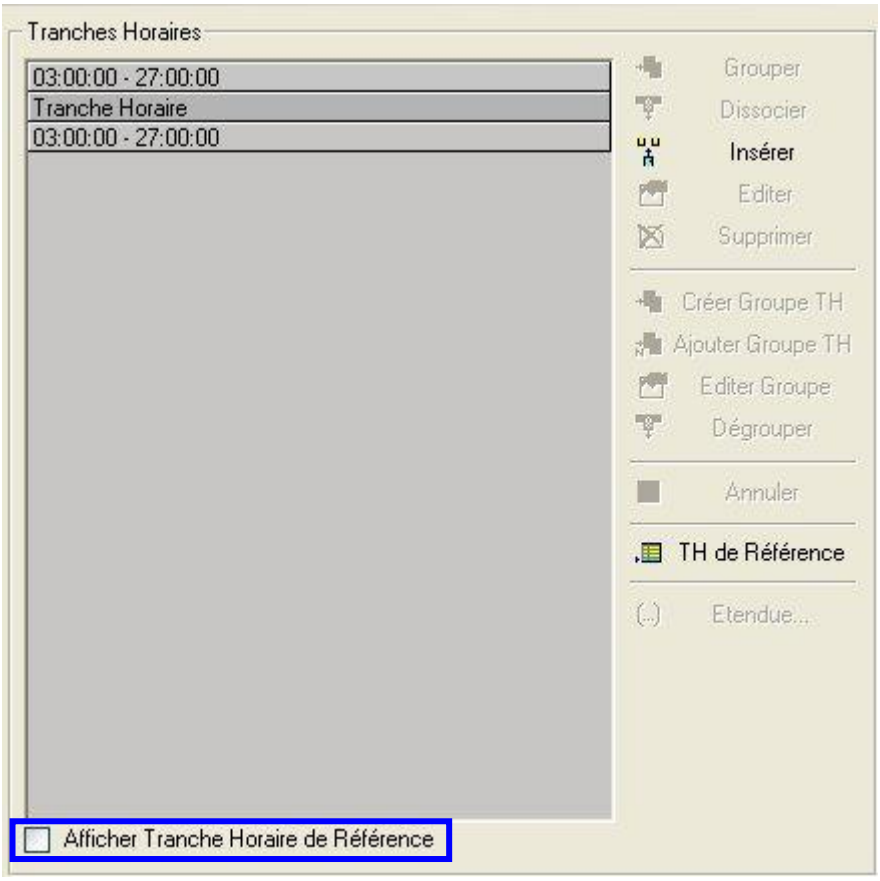
… via le menu

… via le clic droit dans la zone "Tranches Horaires" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Ces options sont propres à l'analyse "Tranches Horaires". Elles sont décrites au niveau du paragraphe page 145. Elles permettent de gérer des groupes de tranches horaires.

> Afficher Tranche Horaire de Référence



Cette option permet d'afficher ou de ne pas afficher les résultats d'audience correspondants à la tranche horaire de référence.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Par défaut, cette option n'est pas cochée, le tableau de résultats ne contient donc pas les résultats de la tranche horaire de référence.

TH en entrée :

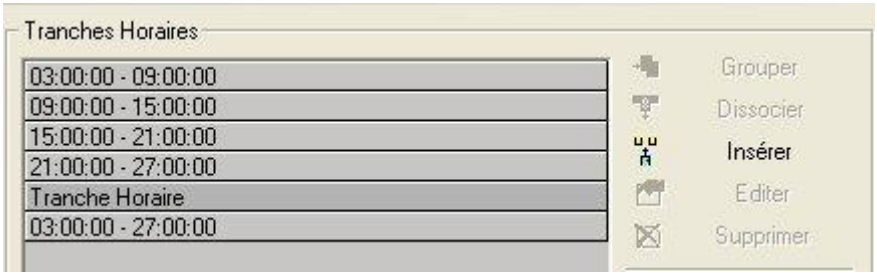


Tableau de résultats obtenu :

Cas 1 : Case "Afficher la Tranche Horaire de Référence" non cochée

	Autres TV Ind4+ TM% {Moy}
03:00:00 - 09:00:00	0.6
09:00:00 - 15:00:00	1.7
15:00:00 - 21:00:00	3.7
21:00:00 - 27:00:00	3.4

Cas 2 : Case "Afficher la Tranche Horaire de Référence" cochée

	Autres TV Ind4+ TM% {Moy}
03:00:00 - 09:00:00	0.6
09:00:00 - 15:00:00	1.7
15:00:00 - 21:00:00	3.7
21:00:00 - 27:00:00	3.4
03:00:00 - 27:00:00	2.3

3.2.4. Les options du tableau de résultats > Clic Droit

> Définir le nombre max d'événements

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Cette option a pour fonction de ne conserver que les n premières lignes de chaque regroupement. Cette option est intéressante dans le cadre des palmarès. Au préalable il est donc nécessaire d'appliquer un tri descendant avant d'appliquer un filtre sur n premières lignes.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

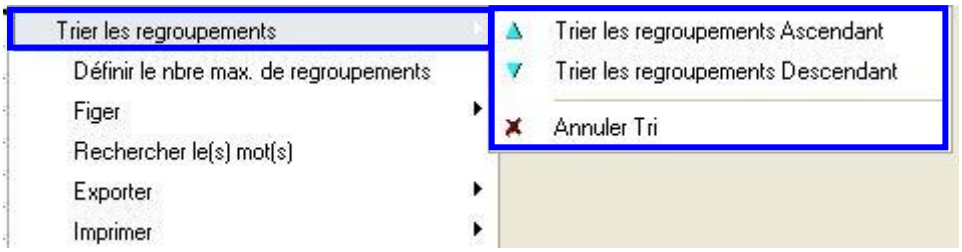
En sélectionnant cette option, la popup suivante apparaît :

La valeur par défaut est 10 événements.

> Trier les regroupements

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



L'option "Trier les regroupements" permet de trier les regrouper les regroupements en fonction du résultat de la ligne "Totaux" de chaque regroupement.

	Autres TV Ind4+	[TOTAL]
	TM%{Moy}	▼ TM%{Moy}
21:00:00 - 22:00:00	7.9	7.9
22:00:00 - 23:00:00	5.7	5.7
20:00:00 - 21:00:00	5.4	5.4
19:00:00 - 20:00:00	4.9	4.9
18:00:00 - 19:00:00	4.1	4.1
23:00:00 - 24:00:00	3.5	3.5
17:00:00 - 18:00:00	3.1	3.1
16:00:00 - 17:00:00	2.3	2.3
14:00:00 - 15:00:00	2.2	2.2
12:00:00 - 13:00:00	2.1	2.1
15:00:00 - 16:00:00	2.1	2.1
13:00:00 - 14:00:00	2.0	2.0
24:00:00 - 25:00:00	1.6	1.6
11:00:00 - 12:00:00	1.3	1.3
09:00:00 - 10:00:00	1.3	1.3
10:00:00 - 11:00:00	1.2	1.2
08:00:00 - 09:00:00	1.2	1.2
07:00:00 - 08:00:00	1.1	1.1
25:00:00 - 26:00:00	0.9	0.9
06:00:00 - 07:00:00	0.6	0.6
26:00:00 - 27:00:00	0.5	0.5
03:00:00 - 04:00:00	0.4	0.4
05:00:00 - 06:00:00	0.3	0.3
04:00:00 - 05:00:00	0.2	0.2
[TOTAL]	2.3	2.3

- Comme pour l'option "Trier les événements", il est possible d'appliquer un tri ascendant ou un tri descendant.

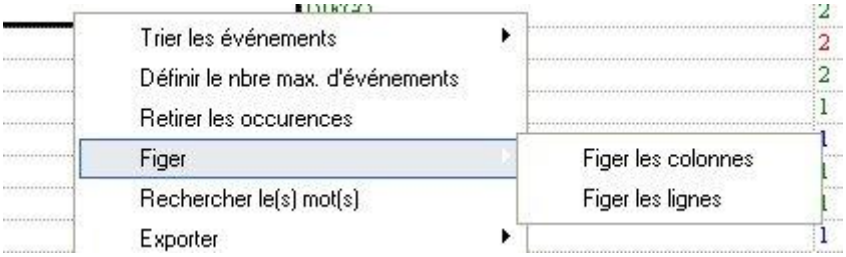
- Pour annuler le tri appliqué, clic droit et sélection de l'option "Trier les regroupements", puis "Annuler Tri".

A NOTER
Toutes ces options peuvent également être appliquées au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

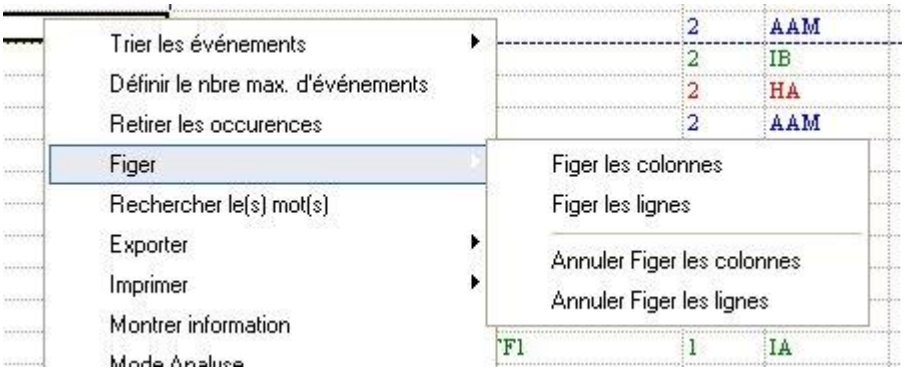
> Figer

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

L'option "Figer" permet de reproduire une fonctionnalité propre à Excel, à savoir figer les lignes et les colonnes.
En cliquant sur cette option, le menu suivant apparaît :



- Sélectionner alors l'option à appliquer.
- Pour annuler le mode figer, appliquer à nouveau un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner les options "Annuler".

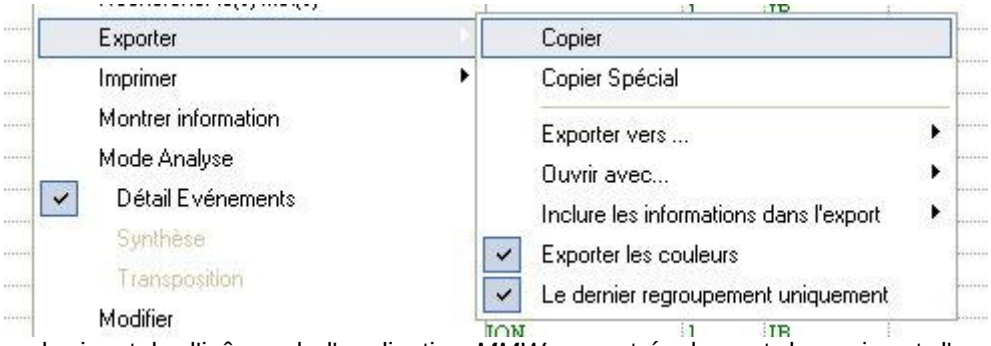


> Exporter

Il est possible d'exporter les résultats sous Excel et sous Texte.

Copier = permet de copier les cellules sélectionnées uniquement (les entêtes de lignes et de colonnes ne seront pas reprises dans l'export).

Copier Spécial = permet de copier les cellules sélectionnées ainsi que les entêtes de lignes et de colonnes



=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également de copier et d'appliquer un copier spécial (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

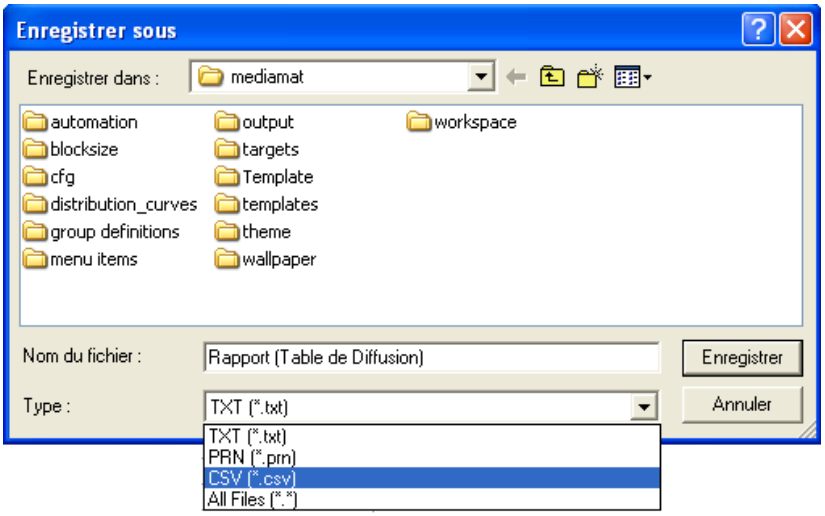
Mediametrie

=> Ou bien cliquer sur l'option "**Editer**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :

Exporter vers… = Le fichier Excel/Texte n'est pas ouvert, l'application *MMW* propose alors de l'enregistrer dans le répertoire souhaité.

A NOTER

Pour exporter un fichier au format .CSV, sélectionner l'option « **Exporter vers… Txt** », la fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner le format .CSV ainsi que le répertoire où sera exporté le fichier puis cliquer sur le bouton « Enregistrer ».

Ouvrir vers… = Le fichier Excel/Texte est automatiquement ouvert.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

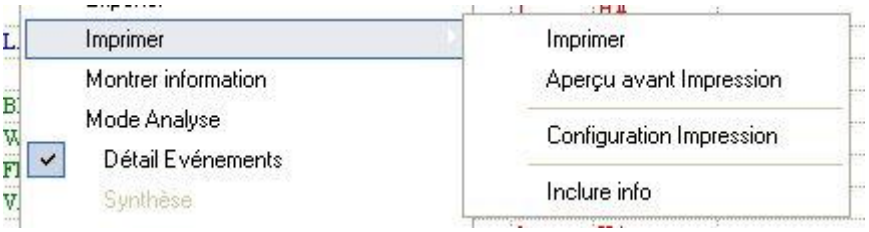
Mediametrie

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également :

- **D'exporter sous Excel et Texte (de gauche à droite)**
- **D'ouvrir sous Excel et Texte (de gauche à droite)**

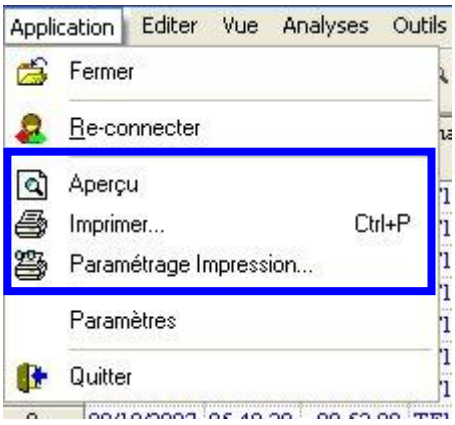
> Imprimer

Appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner l'option "**Imprimer**", le menu suivant apparaît :



=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'imprimer et de lancer un aperçu avant impression (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

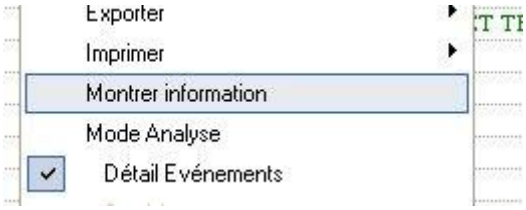
=> Ou bien cliquer sur l'option "**Application**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

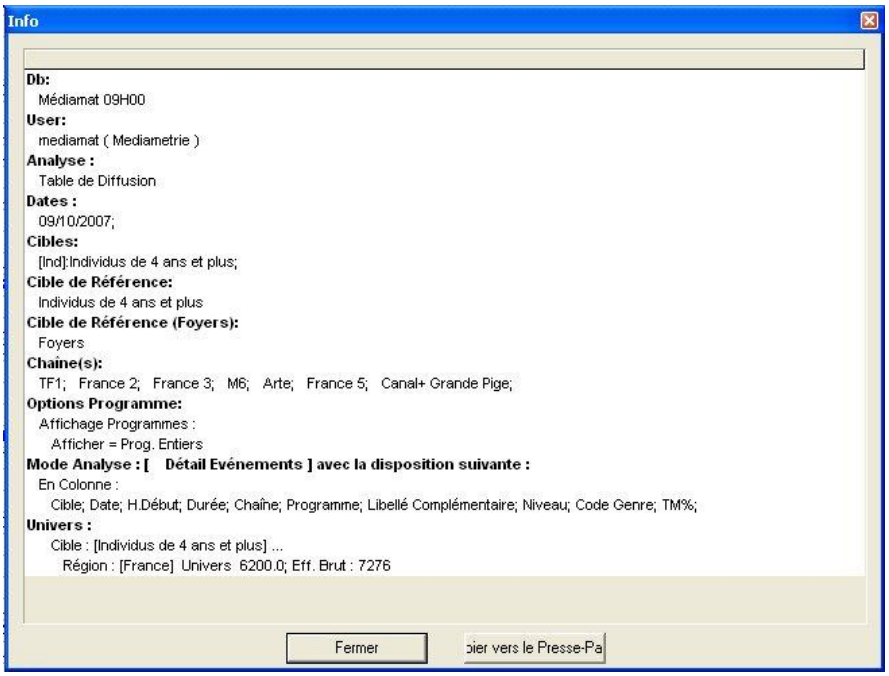
Mediametrie

> Montrer Information



Cette option permet d'afficher une fenêtre récapitulant tous les paramètres appliqués dans l'analyse en cours (période d'analyse, cible(s), chaîne(s), filtres programme, disposition…).

En sélectionnant cette option, la fenêtre suivante apparaît :

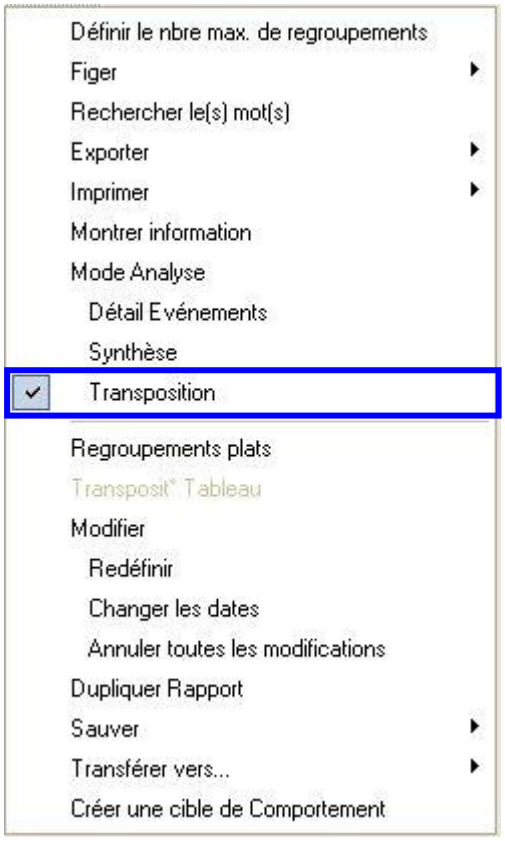

Info
Db:
Médiamat 09H00
User:
mediamat (Mediametrie)
Analyse :
Table de Diffusion
Dates :
09/10/2007;
Cibles:
[Ind]:Individus de 4 ans et plus;
Cible de Référence:
Individus de 4 ans et plus
Cible de Référence (Foyers):
Foyers
Chaine(s):
TF1; France 2; France 3; M6; Arte; France 5; Canal+ Grande Pige;
Options Programme:
Affichage Programmes :
Afficher = Prog. Entiers
Mode Analyse : [Détail Evénements] avec la disposition suivante :
En Colonne :
Cible; Date; H.Début; Durée; Chaîne; Programme; Libellé Complémentaire; Niveau; Code Genre; TM%;
Univers :
Cible : [Individus de 4 ans et plus] ...
Région : [France] Univers 6200.0; Eff. Brut : 7276
Fermer
ier vers le Presse-Pa

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'afficher les informations

A NOTER
Ces informations figureront également au niveau des exports et des impressions.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Transposition (Mode Analyse)

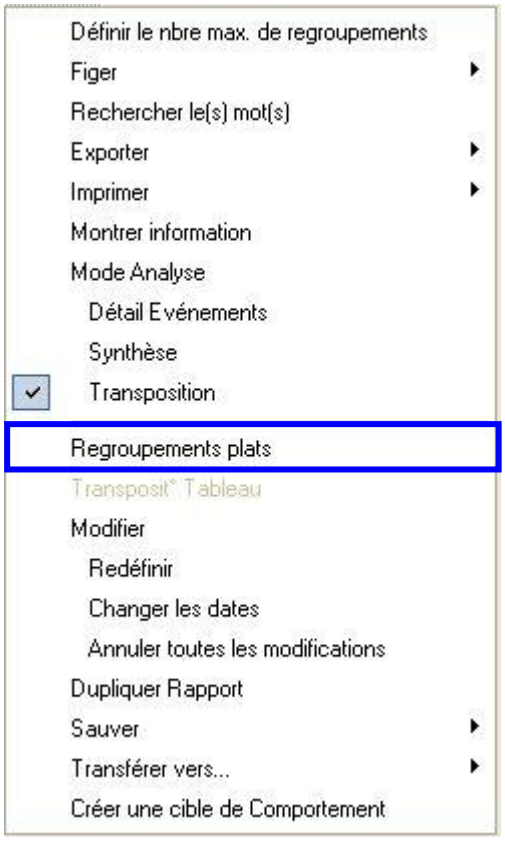


Le mode analyse "Transposition" est propre à l'analyse standard "Minute à Minute" puisqu'elle permet de placer tous les champs en ligne ou en onglet. Elle permet également d'appliquer une superposition de colonnes.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Regroupements plats



Cette option permet d'obtenir la mise en page suivante :

Mode "Transposition" normal :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	Autres TV Ind4+ TM%{Moy}
03:00:00 - 04:00:00	0.4
04:00:00 - 05:00:00	0.2
05:00:00 - 06:00:00	0.3
06:00:00 - 07:00:00	0.6
07:00:00 - 08:00:00	1.1
08:00:00 - 09:00:00	1.2
09:00:00 - 10:00:00	1.3
10:00:00 - 11:00:00	1.2
11:00:00 - 12:00:00	1.3
12:00:00 - 13:00:00	2.1
13:00:00 - 14:00:00	2.0
14:00:00 - 15:00:00	2.2
15:00:00 - 16:00:00	2.1
16:00:00 - 17:00:00	2.3
17:00:00 - 18:00:00	3.1
18:00:00 - 19:00:00	4.1
19:00:00 - 20:00:00	4.9
20:00:00 - 21:00:00	5.4
21:00:00 - 22:00:00	7.9
22:00:00 - 23:00:00	5.7
23:00:00 - 24:00:00	3.5
24:00:00 - 25:00:00	1.6
25:00:00 - 26:00:00	0.9
26:00:00 - 27:00:00	0.5

Mode "Transposition" > Regroupements plats :

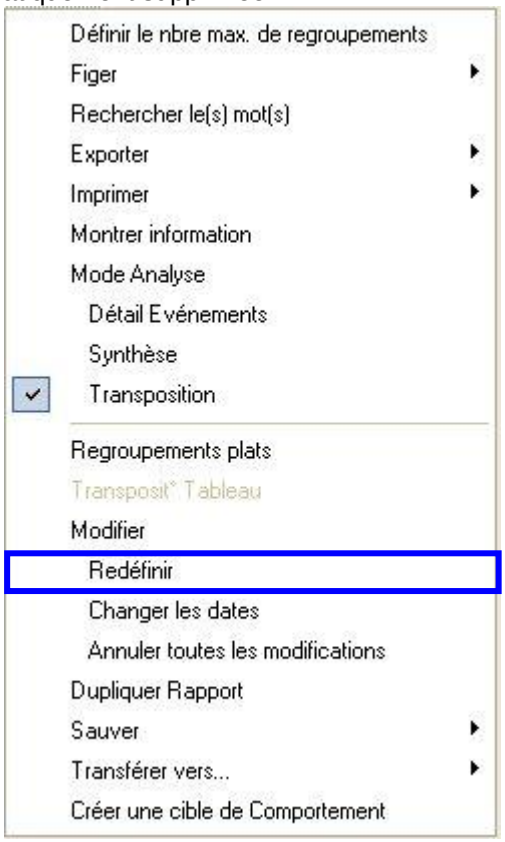
	Tranche Horaire	Autres TV Ind4+ TM%{Moy}
1	03:00:00 - 04:00:00	0.4
2	04:00:00 - 05:00:00	0.2
3	05:00:00 - 06:00:00	0.3
4	06:00:00 - 07:00:00	0.6
5	07:00:00 - 08:00:00	1.1
6	08:00:00 - 09:00:00	1.2
7	09:00:00 - 10:00:00	1.3
8	10:00:00 - 11:00:00	1.2
9	11:00:00 - 12:00:00	1.3
10	12:00:00 - 13:00:00	2.1
11	13:00:00 - 14:00:00	2.0
12	14:00:00 - 15:00:00	2.2
13	15:00:00 - 16:00:00	2.1
14	16:00:00 - 17:00:00	2.3
15	17:00:00 - 18:00:00	3.1
16	18:00:00 - 19:00:00	4.1
17	19:00:00 - 20:00:00	4.9
18	20:00:00 - 21:00:00	5.4
19	21:00:00 - 22:00:00	7.9
20	22:00:00 - 23:00:00	5.7
21	23:00:00 - 24:00:00	3.5
22	24:00:00 - 25:00:00	1.6
23	25:00:00 - 26:00:00	0.9
24	26:00:00 - 27:00:00	0.5

> Redéfinir (Modifier)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

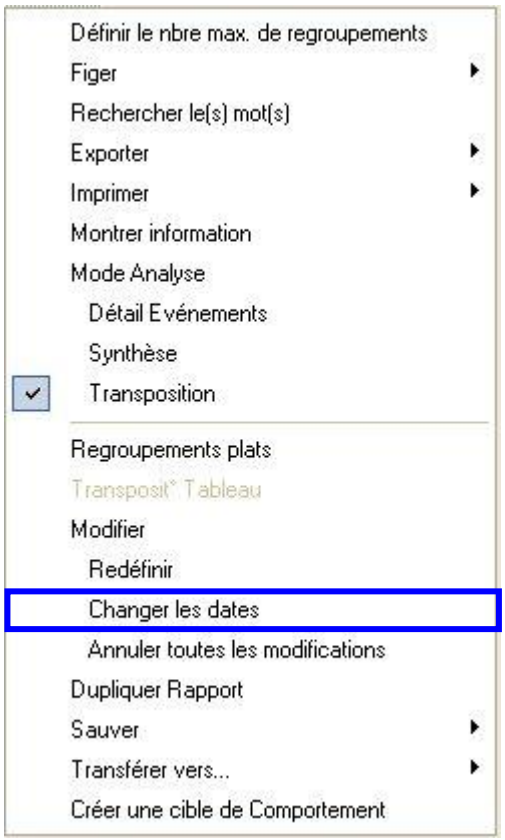
L'option "Redéfinir" permet de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Disposition" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.



> Changer les dates (Modifier)

L'option "Changer les dates" permet elle aussi de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Dates" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.

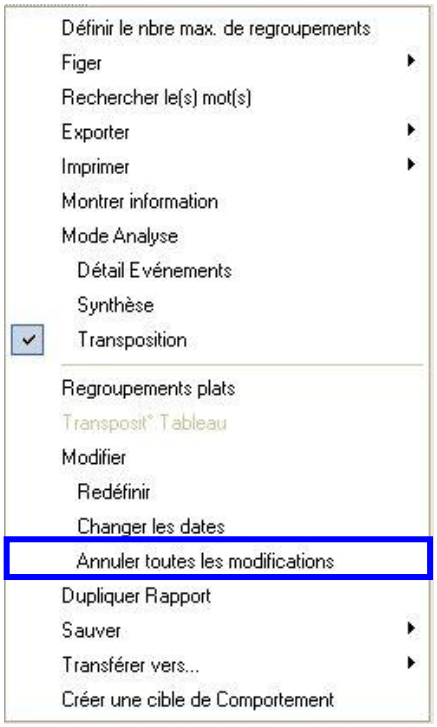
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Annuler toutes les modifications (Modifier)

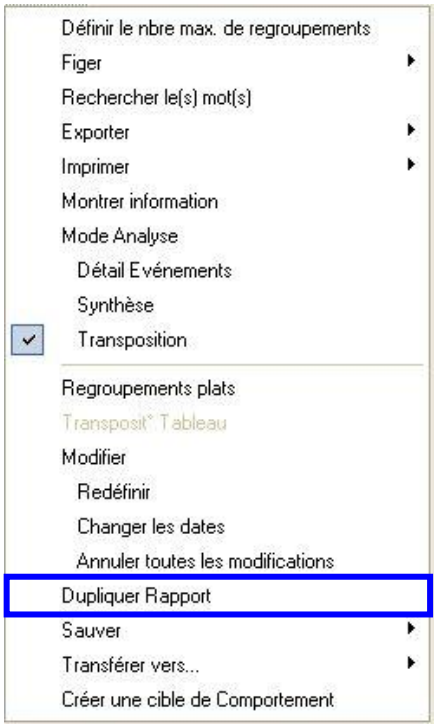
L'option "Annuler toutes les modifications" permet de retrouver le premier tableau de résultats obtenu et donc d'annuler toutes les éventuelles modifications qui auraient pu être apportées (ajout cible, ajout indicateur, placement de disposition différent, application d'un tri…).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



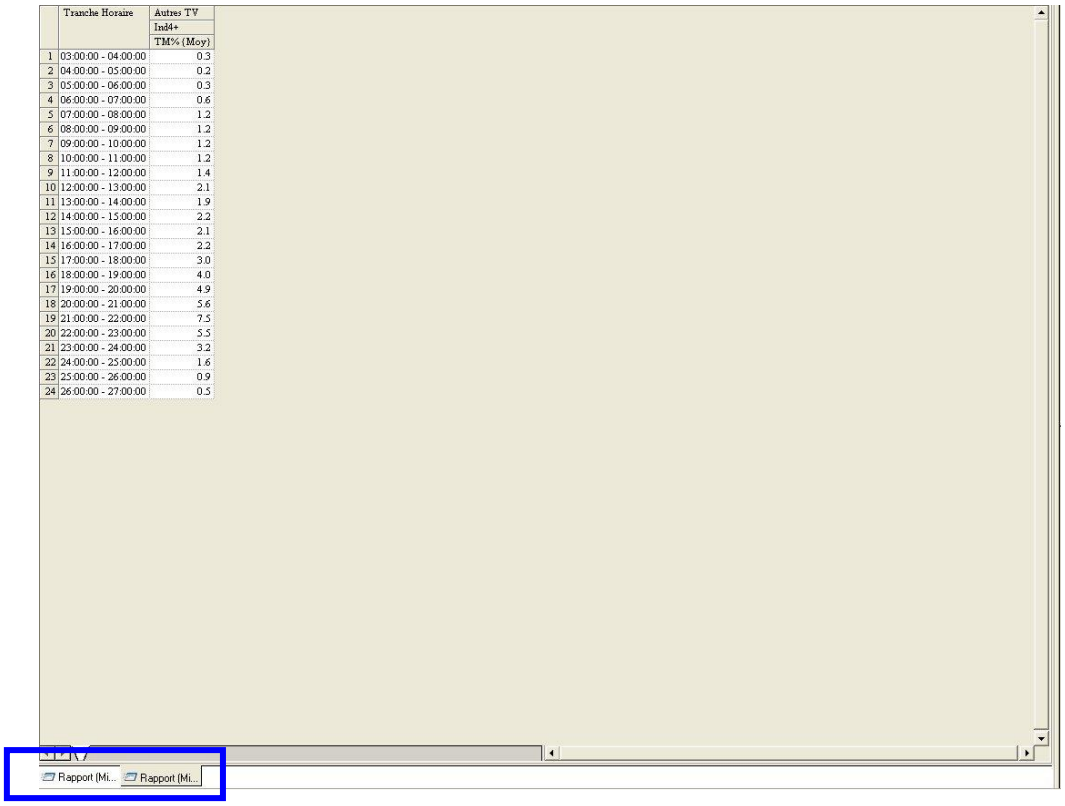
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Dupliquer Rapport

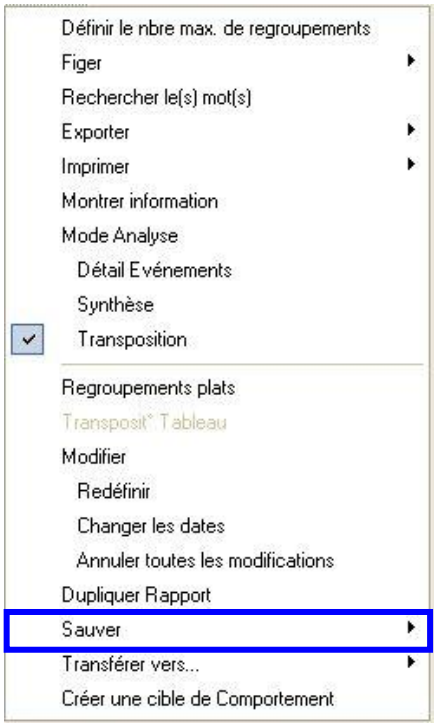


L'option "Dupliquer Rapport" permet de copier l'analyse obtenue tout en modifiant éventuellement certains paramètres.
Elle correspond donc aux options "Redéfinir" et "Changer les dates" décrites précédemment mais contrairement à ces deux premières options, l'analyse initiale est conservée.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Sauver



L'option "**Sauver**" permet :
- d'enregistrer l'ensemble des paramétrages de l'analyse courante (enregistrement des 3 maquettes utilisées dans une analyse : Disposition / Filtre / Dates),
- d'enregistrer uniquement la maquette de Disposition utilisée dans le cadre de l'analyse courante,
- d'enregistrer uniquement la maquette de Filtre utilisée dans le cadre de l'analyse courante.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

> Ajouter au Menu "Analyses" (Sauver)

La sélection de cette option fait apparaître la fenêtre suivante :

Entrer un nom pour l'analyse en cours et cliquer sur "**OK**". Puis, fermer l'analyse.

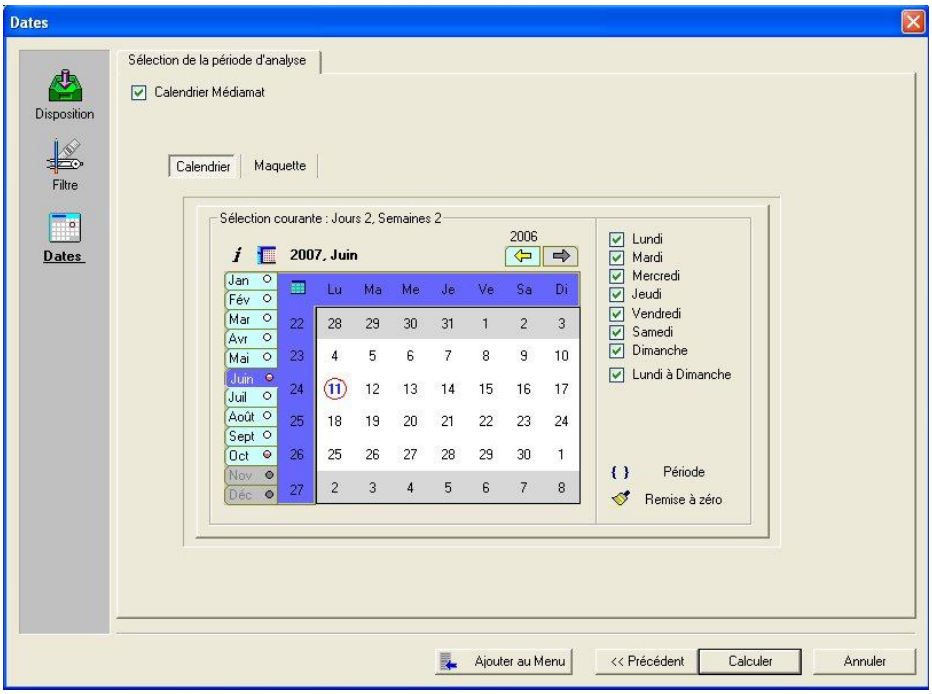
Pour ouvrir cette analyse enregistrée, sélectionner l'option "Analyses" de la barre horizontale de menu, puis l'option "Analyses Standard Utilisateur".

Les analyses enregistrées apparaissent alors dans ce menu. Dans cet exemple "Mon Analyse", sélectionner alors l'analyse enregistrée souhaitée, la fenêtre de sélection correspondant à cette analyse est alors automatiquement ouverte.

Il est alors possible de modifier le paramétrage appliqué lors de l'enregistrement ou bien de relancer l'analyse avec les paramètres initiaux (clic sur le bouton "Calculer").

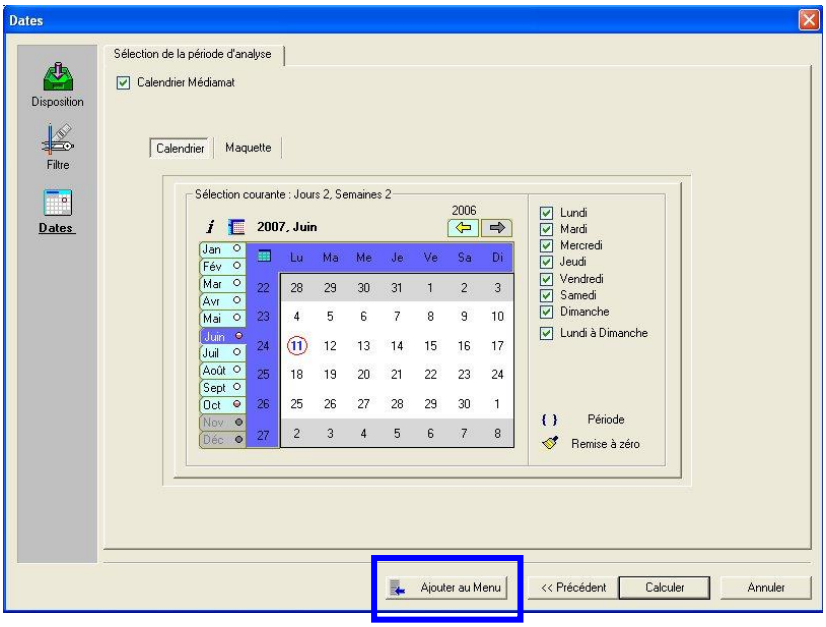
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



A NOTER

L'option "Ajouter au Menu "Analyses"" est également disponible au niveau de la fenêtre "Définition de la requête" et ce quel que soit l'axe affiché (Dates/Filtre/Disposition). Il s'agit du bouton "Ajouter au Menu" suivant :

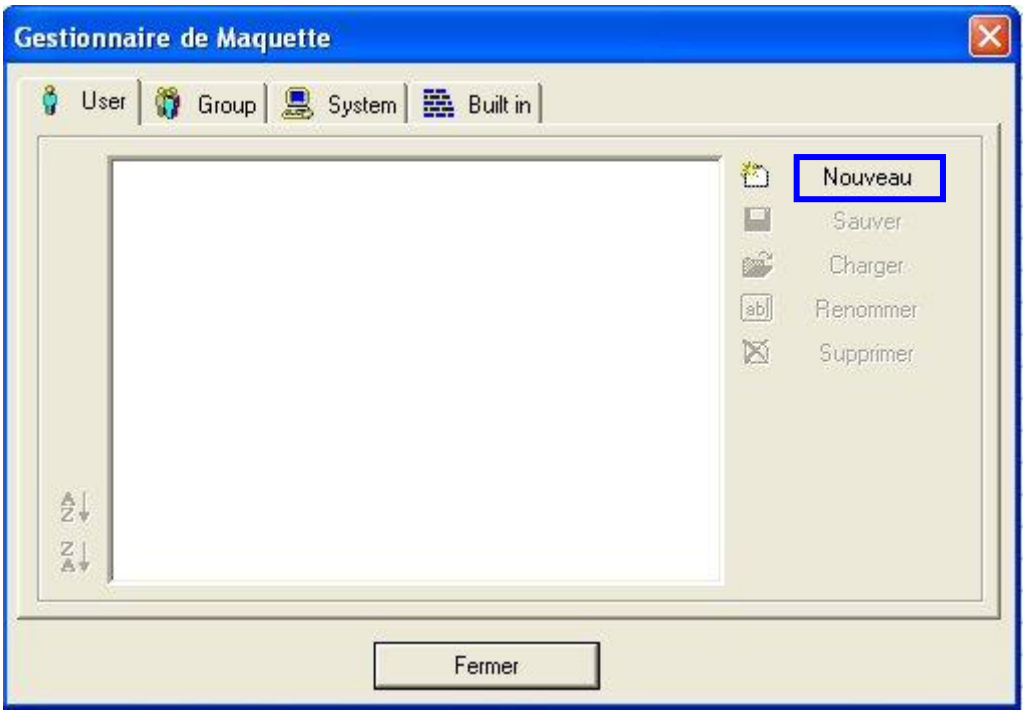


Il n'est donc pas nécessaire de lancer un calcul pour enregistrer l'ensemble des paramétrages d'une analyse.

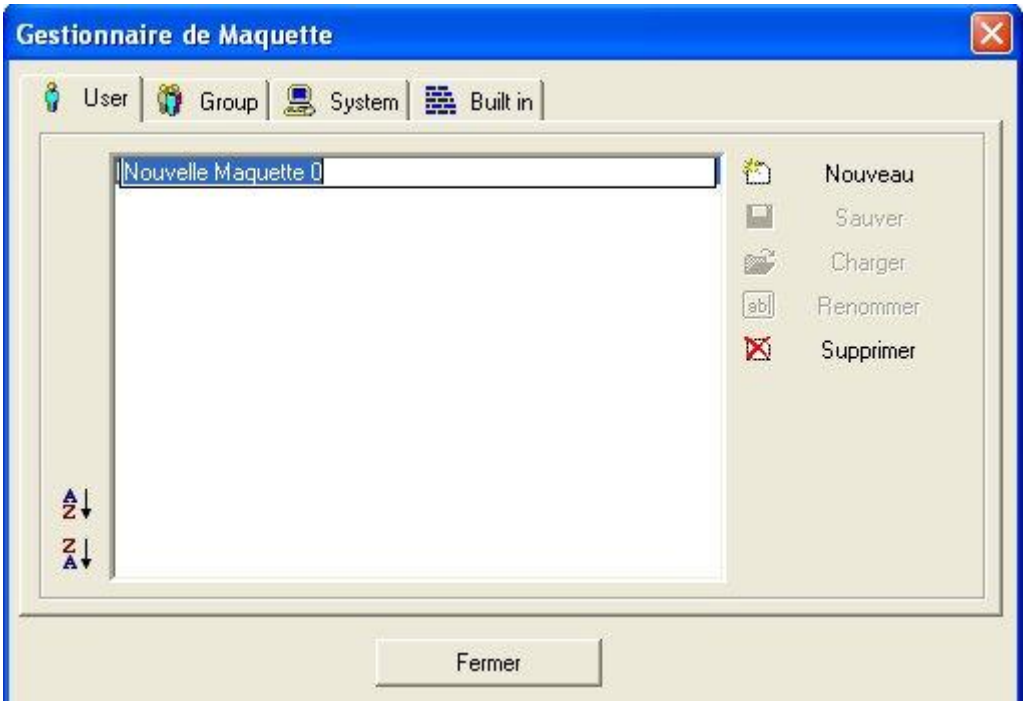
> Maquette courante de Disposition et Maquette courante de Filtre (Sauver)

La sélection de ces options fait apparaître la fenêtre suivante :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Cliquer alors sur le bouton "**Nouveau**"



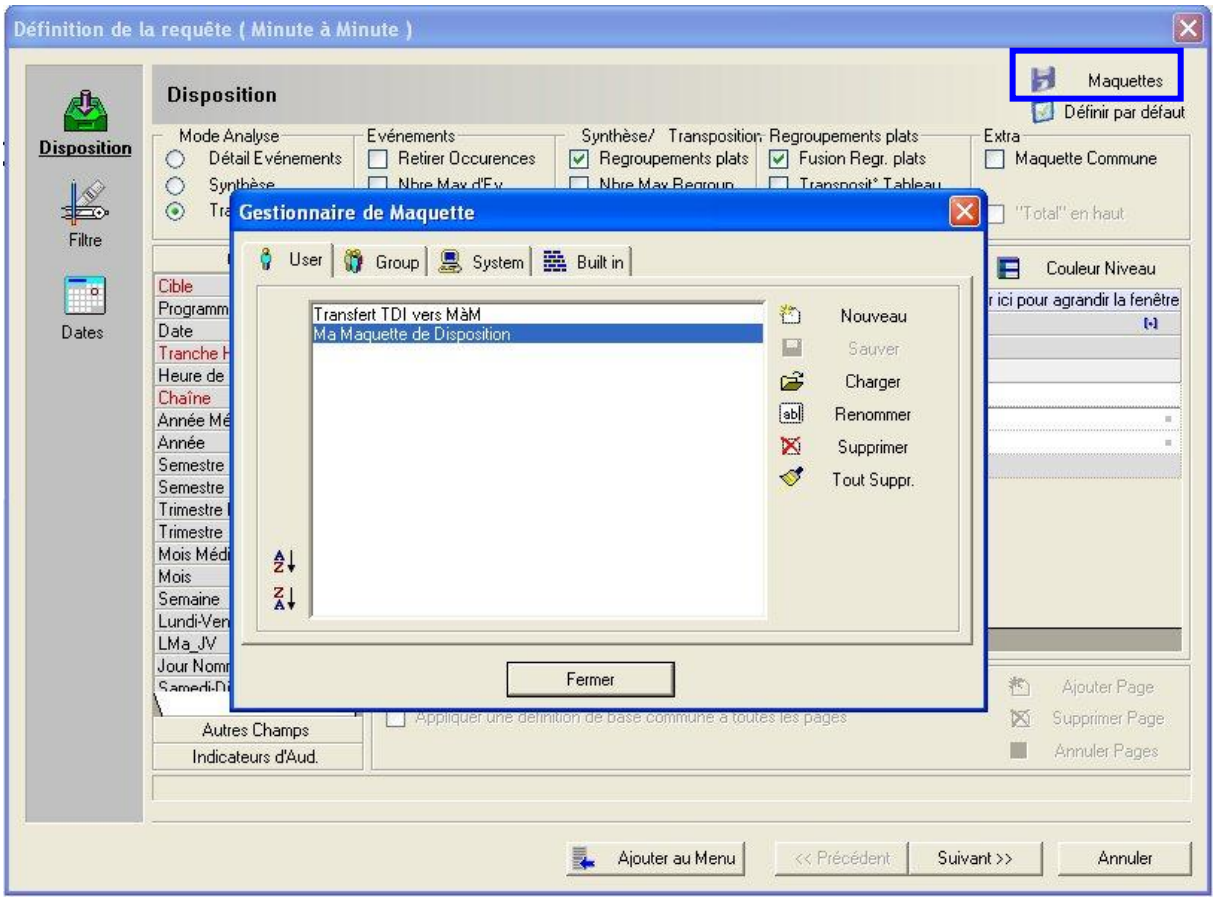
Entrer alors un nom pour cette maquette, ici "Ma Maquette de disposition" puis cliquer sur "**Fermer**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

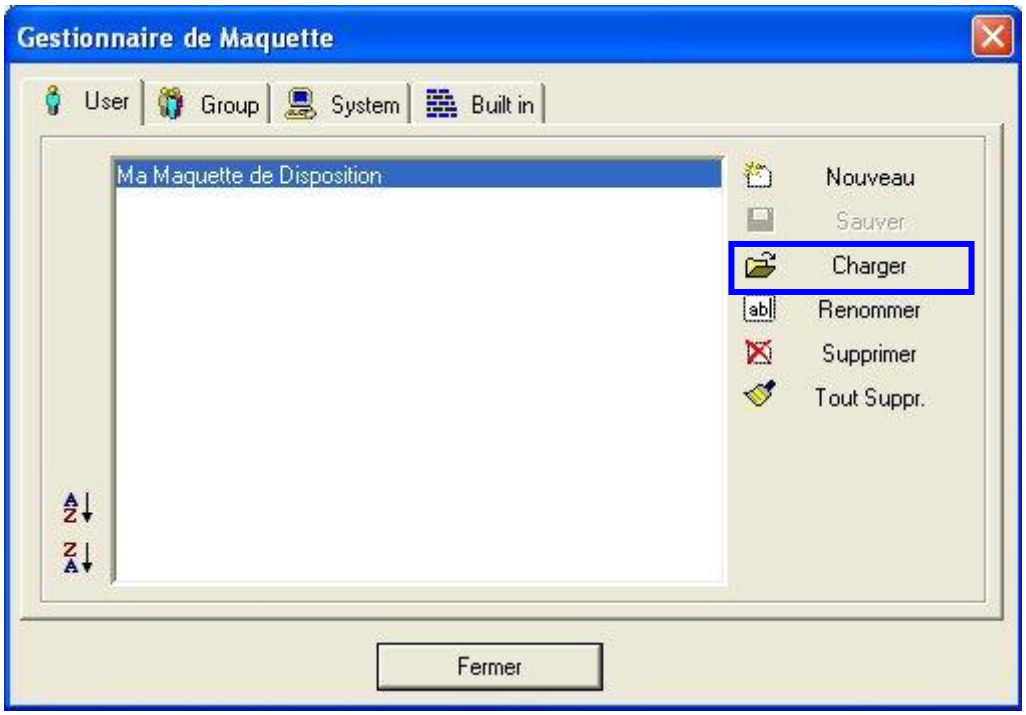
Mediametrie

La maquette de disposition utilisée dans l'analyse en cours est alors enregistrée.
Pour réutiliser ultérieurement cette maquette de disposition à partir du module de sélection. Cliquer sur le bouton "**Maquettes**".
La fenêtre suivante apparaît,

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Il suffit alors de sélectionner la maquette souhaitée et de cliquer sur le bouton "**Charger**".

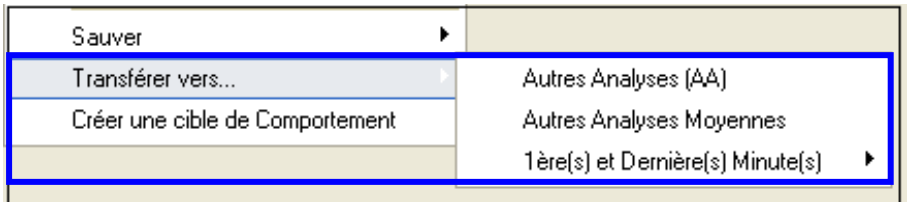


Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

La disposition définie lors de l'enregistrement de cette maquette est aussitôt appliquée dans cette nouvelle analyse.

> Transférer vers…



L'option "**Transférer vers…**" permet de transférer les événements sélectionnés au niveau du tableau de résultats vers d'autres analyses. Dans le cadre d'une analyse standard "Minute à Minute", il est possible de transférer les tranches horaires sélectionnées vers les Autres Analyses (AA) suivantes :

- Autres Analyses Standard (Structure d'Auditoire et Concurrence Frontale) (*CF paragraphe 3.1.1.*)
- Analyses de Comportement (*CF paragraphe 4.1.)*
- Autres Analyses Moyennes (Duplication Moyenne et Exclusivité Moyenne) (*CF paragraphe 4.11.)*
- Analyse « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » :

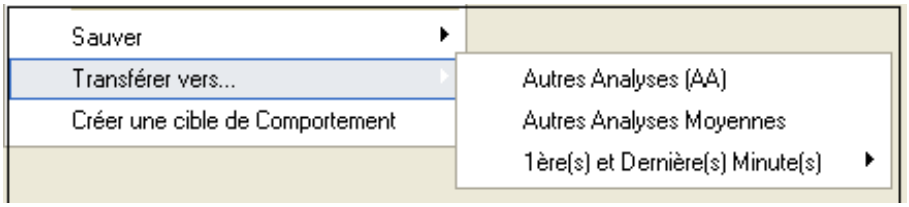
> 1ère(s) et Dernière(s) minute(s) (Transférer vers…)

L'option «**1ère(s) et Dernière(s) Minute(s)**» permet d'extraire la première et la dernière minute de chacune des tranches horaires sélectionnées.
Exemple :
Sélection de deux tranches horaires sur M6.

Analyse « Minute à Minute » obtenue

	Mode de Vision à Date
	M6
	Ind4+
	TM% (Moy)
18:00:00 - 20:00:00 [1 Ev.]	4.0
20:00:00 - 21:00:00 [1 Ev.]	5.2

Sélection des 2 tranches horaires, clic droit et sélection de l'option « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) > Minute par défaut (1 Min.) »



Analyse « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s)» obtenue

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Mode de ...
	[TOTAL]
	Ind4+
	TM% (Som)
18:00:00 - 20:00:00 (1ère(s) Min.) [1 Ev.]	2.8
18:00:00 - 20:00:00 (Dernière(s) Min.) [1 Ev.]	6.3
20:00:00 - 21:00:00 (1ère(s) Min.) [1 Ev.]	6.5
20:00:00 - 21:00:00 (Dernière(s) Min.) [1 Ev.]	3.1
[TOTAL] [4 Ev.]	18.7

Le tableau de résultats « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » contient les 4 premières et dernières minutes des 2 tranches horaires analysées dans cet exemple et pour lesquelles le TM% sur la cible « Individus de 4 ans et plus » a été calculé.
Dans la ligne « Total » apparaît le GRP (Somme des Taux Moyen »).

Il est alors possible de transférer ces 4 événements vers une analyse « Couverture et Répétition ». (Sélection des 4 minutes ainsi obtenues, clic droit et sélection de l'option « Transférer vers… > Analyse de Comportement > Couverture et Répétition ».

L'option « 1ère(s) et Dernière(s) Minute(s) » propose également le paramétrage de la durée de la première et dernière minute. Pour cela, sélectionner l'option « **Paramétrage Minute(s)** ».

La popup suivante apparaît :

La durée par défaut est de 5 minutes, il est alors possible de la modifier. Valider le paramétrage en cliquant sur « OK ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Créer une cible de Comportement

L'option «**Créer une cible de Comportement**» permet de créer la cible « Téléspectateurs et/ou Non Téléspectateurs d'un événement » au seuil de vision par défaut sans prise en compte des invités.

Seuil de vision par défaut :

- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

IMP

- Si l'utilisateur paramètre un seuil de vision prédéfini avec une valeur différente du seuil de vision par défaut (correspondant au jour de diffusion de l'événement sélectionné), celui-ci ne sera pas pris en compte dans la création de la cible de comportement.
Cette dernière comportera donc tous les téléspectateurs dont la durée d'écoute est au moins égale à la valeur du seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié.
- Si l'utilisateur sélectionne dans son analyse, une cible avec invités (Ex : Individus de 4 ans et plus), l'effectif de la cible de comportement créée à partir de cette cible ne comptera que des membres permanents du foyer (les invités habituels et occasionnels sont donc exclus de la cible).

Sélectionner une des cellules de la ligne de l'événement, appliquer un clic droit puis sélectionner l'option « Créer une cible de comportement ».

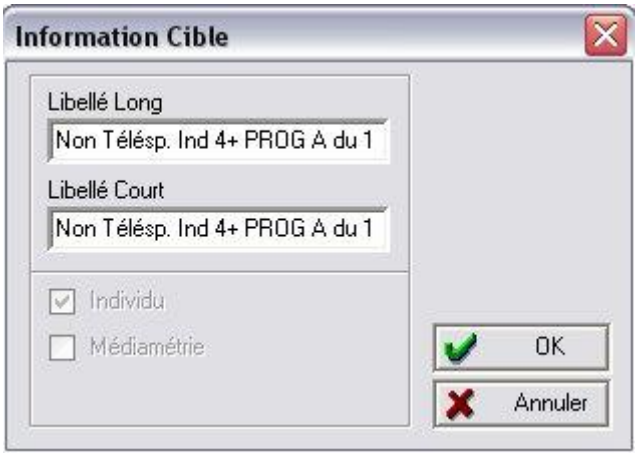
La fenêtre suivante apparaît, entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**OK**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**".

L'application *MMW* propose alors de créer la cible complémentaire (en termes de comportement TV) de cette cible.
Entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**Oui**".



La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**" si la création de la cible complémentaire est souhaitée.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

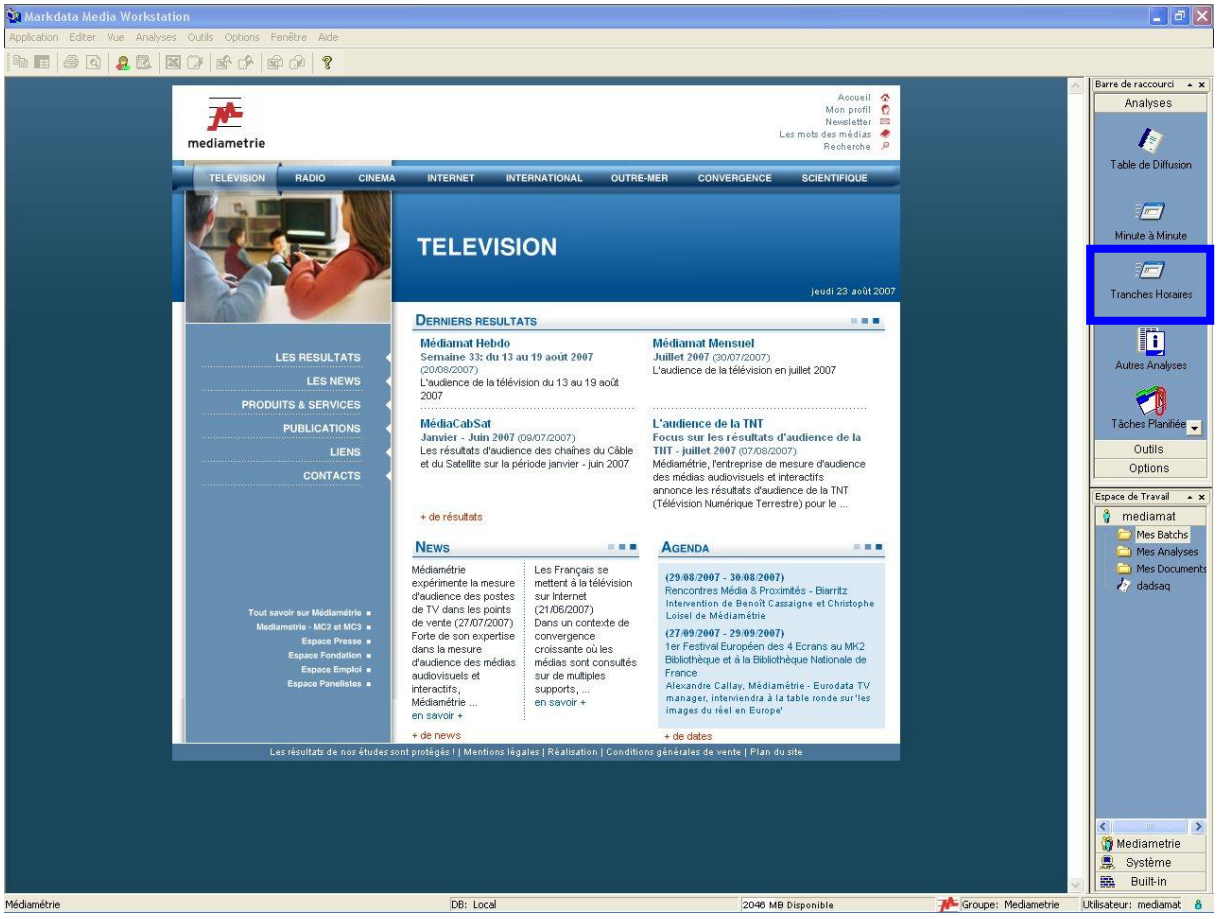
Mediametrie

A NOTER
Si l'utilisateur sélectionne plusieurs cellules relatives à différents événements, l'application *MMW* appliquera une union des différents téléspectateurs lors de la création de cible de comportement.

3.3. Analyse "Tranches Horaires"

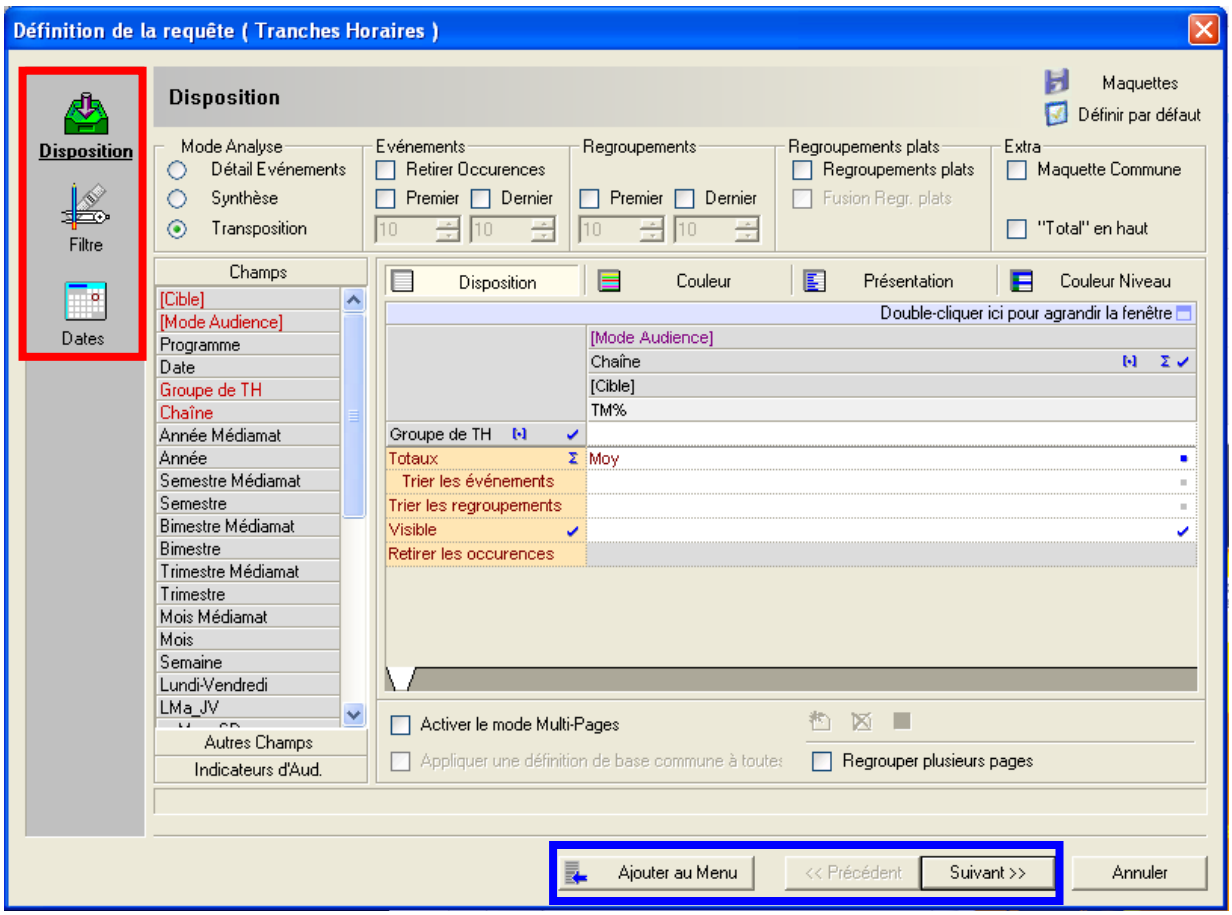
L'analyse "Tranches Horaires" permet d'éditer les performances de groupes de tranches horaires choisis au cours d'une période déterminée.
Les groupes de tranches horaires peuvent être saisies manuellement ou bien obtenus en
L'analyse permet d'organiser, de trier et de moyenner les performances des groupes de tranches horaires obtenus selon différents axes (chaînes / périodes…).

Afin d'accéder à l'analyse « Tranches Horaires », cliquer sur l'onglet « **Analyses** » de la barre de raccourci et cliquer sur l'icône "**Tranches Horaires**".



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

En cliquant sur «Tranches Horaires », on accède au paramétrage de l'analyse :



Cette analyse propose 3 axes de paramétrages :

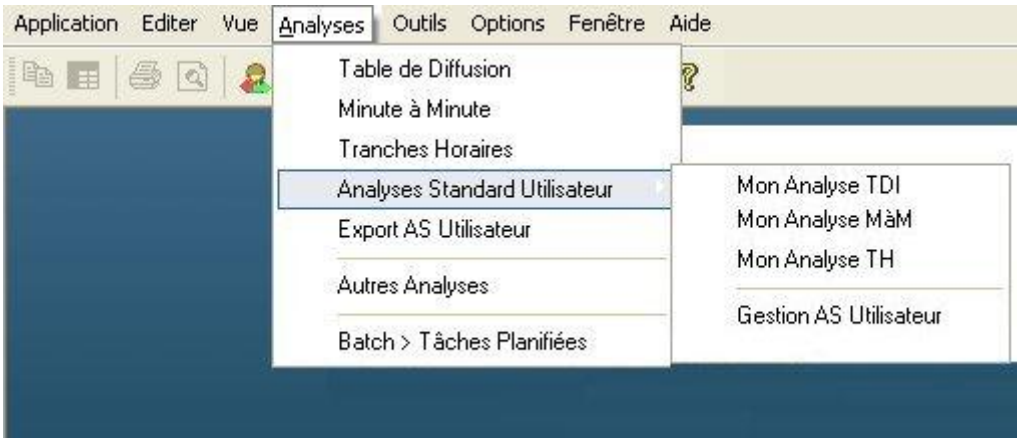
- Axe "Disposition" (axe affiché par défaut)
- Axe "Dates"
- Axe "Filtre"

Seuls les axes "**Filtre**" et "**Disposition**" comportent des valeurs par défaut. Il est donc indispensable de sélectionner au moins une date au niveau de l'axe "**Dates**" pour lancer un calcul.
Le bouton "**Calculer**" n'est d'ailleurs proposé qu'au niveau de l'axe "**Dates**". Il reste inactif (grisé) si aucune date n'est sélectionnée.

Pour afficher les fenêtres de paramétrage des 3 axes :
Cliquer sur les 3 icônes correspondants ou bien utiliser les boutons "**Suivant**" et "**Précédent**".

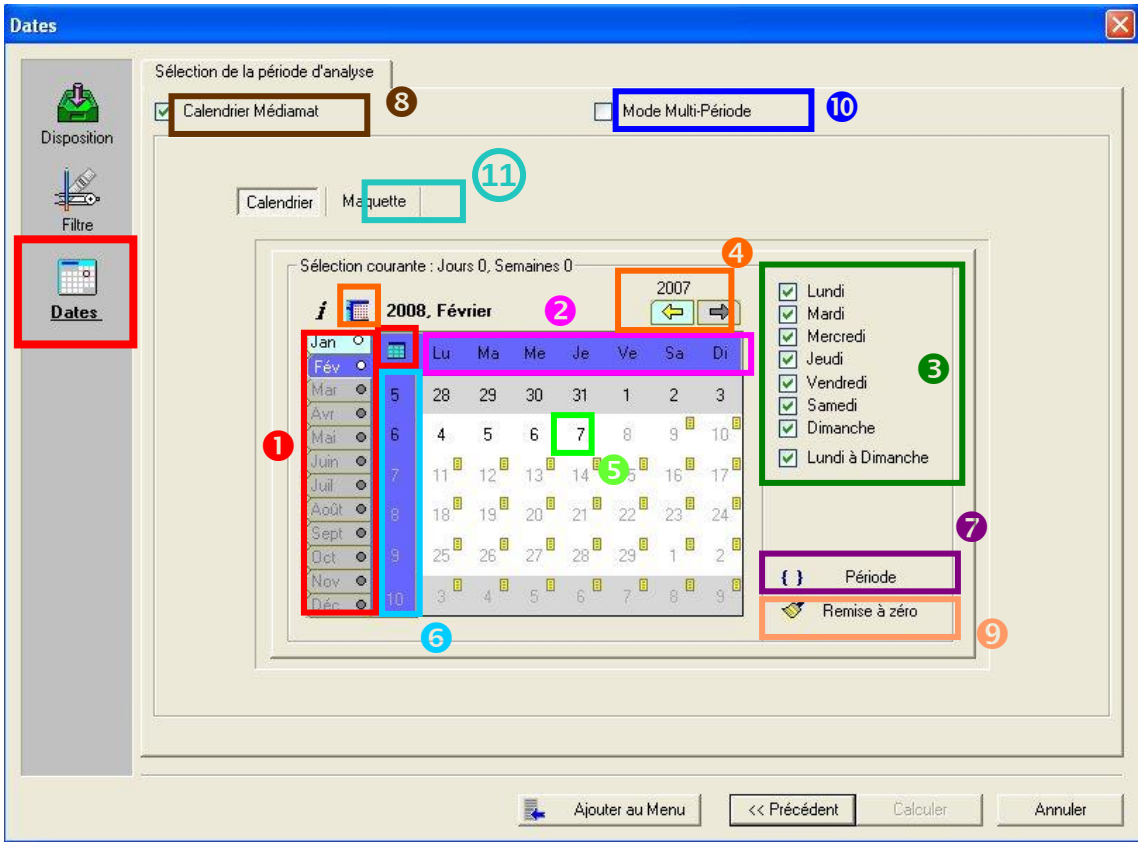
Le bouton "**Ajouter au Menu**" permet d'enregistrer tous les paramétrages appliqués au niveau de cette analyse (tous axes confondus). Les paramétrages de cette analyse sont ainsi stockés. Pour ouvrir l'analyse enregistrée, utiliser la barre horizontale de menu.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Toutes les analyses enregistrées à partir de l'option "**Ajouter au Menu**", apparaissent dans la liste "Analyses Standard Utilisateur" (ici "Mon Analyse TH" par exemple).

3.3.1. Axe "Dates"



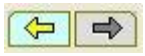
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Valeur par défaut : Aucune

Disponibilité des modes d'audiences :

- Les données d'audience « *Audience Veille* » ne sont pas disponibles (= J-1 non chargé)
- Les données d'audience « *Audience Consolidée* » ne sont pas disponibles (= les 7 derniers jours glissants).

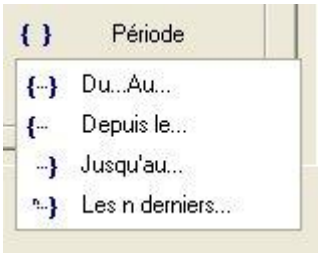
❶ Déplacement mois par mois à l'aide des onglets + Sélection d'un mois avec
❷ Sélection par jour nommé (du mois affiché uniquement)
❸ Sélection par jour nommé (pour l'ensemble de la période)

❹ Déplacement année par année avec  + Sélection d'une année avec

❺ Sélection par jour daté

❻ Sélection par semaine

❼ En cliquant sur le bouton "**Période**", le menu suivant apparaît :



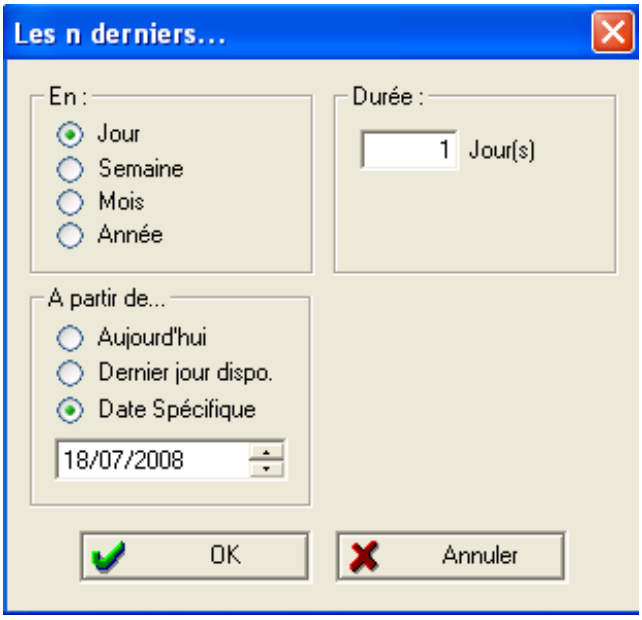
Sélection de l'option "**Du…Au…**"

Sélection de l'option "**Depuis le…**"

Sélection de l'option "**Jusqu'au…**"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Sélection de l'option "**Les n derniers…**"



Cette dernière option permet de sélectionner une période relative exprimée en jour, semaine, mois ou année. Entrer la durée souhaitée (ici 1 jour). En appliquant cette sélection, le calendrier se mettra automatiquement à jour en fonction de trois critères possibles « **A partir de…** » :
- Aujourd'hui
- Dernier jour disponible en base (en France J-1)
- Date Spécifique (entrer une date de son choix)

❽ Par défaut, le calendrier proposé est le calendrier Médiamat. Si l'utilisateur sélectionne un mois ou une année, la période sélectionnée correspondra à une période Médiamat.
Une période Médiamat porte toujours sur une semaine complète (du lundi au dimanche). Si plus de 4 jours d'une semaine appartiennent à la période précédente ou suivante la semaine entière sera attribuée à la période suivante ou précédente.
Ex : Sélection du mois de juin 2007 Médiamat :
Mai - Semaine 22 : Du lundi 28/05 au dimanche 03/06
↳ 1er lundi du mois juin : 04/06/2007
Juillet - Semaine 23 : Du lundi 02/07 au dimanche 08/07
↳ Dernier dimanche du mois juin : 01/07/2007

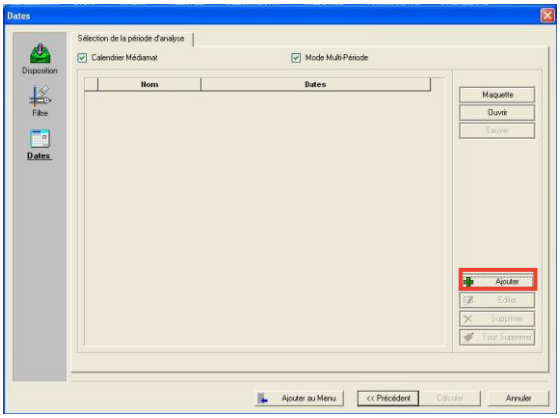
=> Juin 2007 Médiamat : Période du 04/06/2007 au 01/07/2007.

Il est possible de travailler en mode calendaire pour cela décocher la case "**Calendrier Médiamat**".

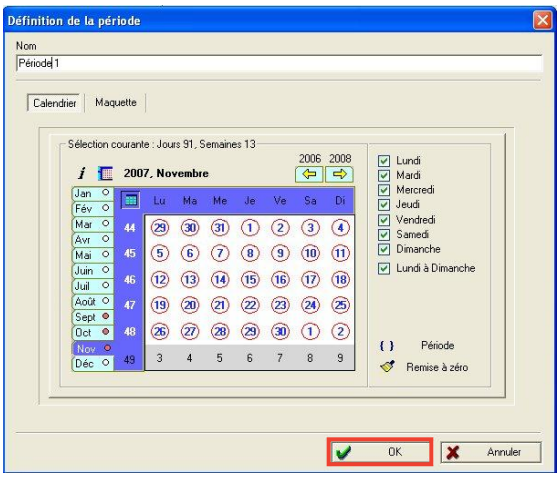
❾ Pour annuler la sélection courante, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

❿ Mode "**Multi-Période**"
1- Cocher la case "Mode Multi-Période"
2- La fenêtre suivante apparaît :

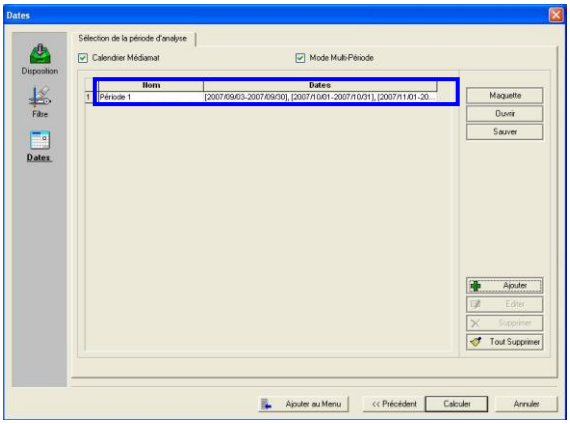
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



3- Cliquer sur le bouton "Ajouter" pour créer les différentes périodes souhaitées, la fenêtre suivante apparaît :



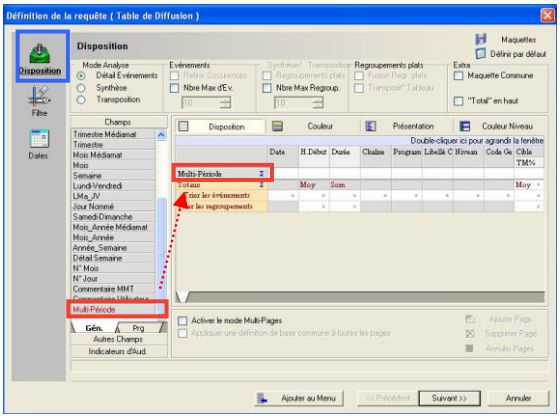
4- Entrer un nom pour cette période (dans cet exemple "Période 1") et sélectionner les jours souhaités à l'aide du calendrier proposé (du 03/09/2007 au 02/12/2007).
5- Cliquer sur le bouton "OK"
6- La période "Période 1" apparaît dans le tableau récapitulatif.



7- Pour ajouter d'autres périodes, renouveler les étapes 3 à 5 décrites ci-dessus.
8- Une fois, les différentes périodes créées, cliquer sur l'axe "Disposition" et placer le champ "Multi-Période" (Volet "Champs" > Onglet "Gén.") dans le tableau de résultats.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

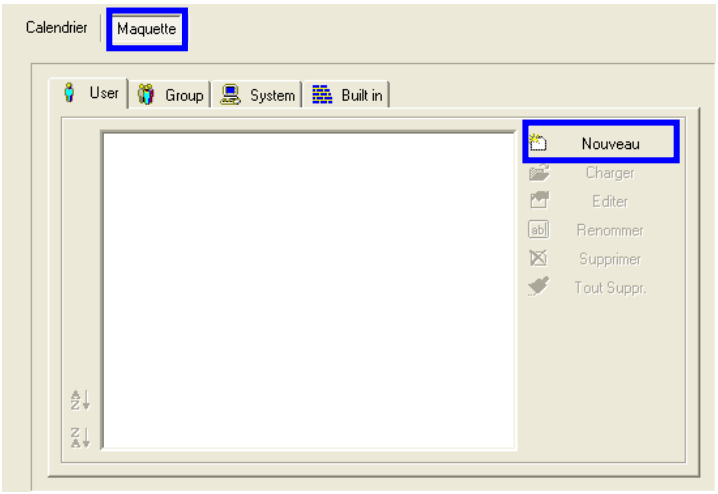
Mediametrie



Ici, le champ "Multi-Période" a été placé en ligne dans le tableau de résultats afin d'appliquer un regroupement par période définie précédemment.

11 Maquette de dates

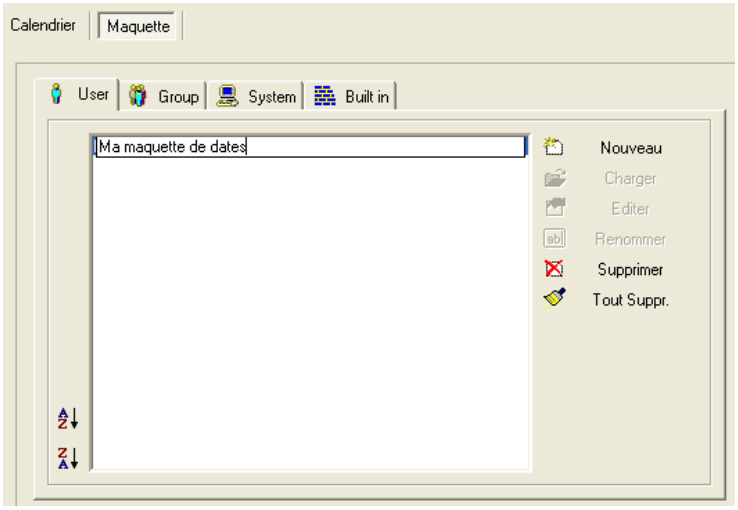
Cliquer sur l'onglet « **Maquette** », la fenêtre suivante apparaît :



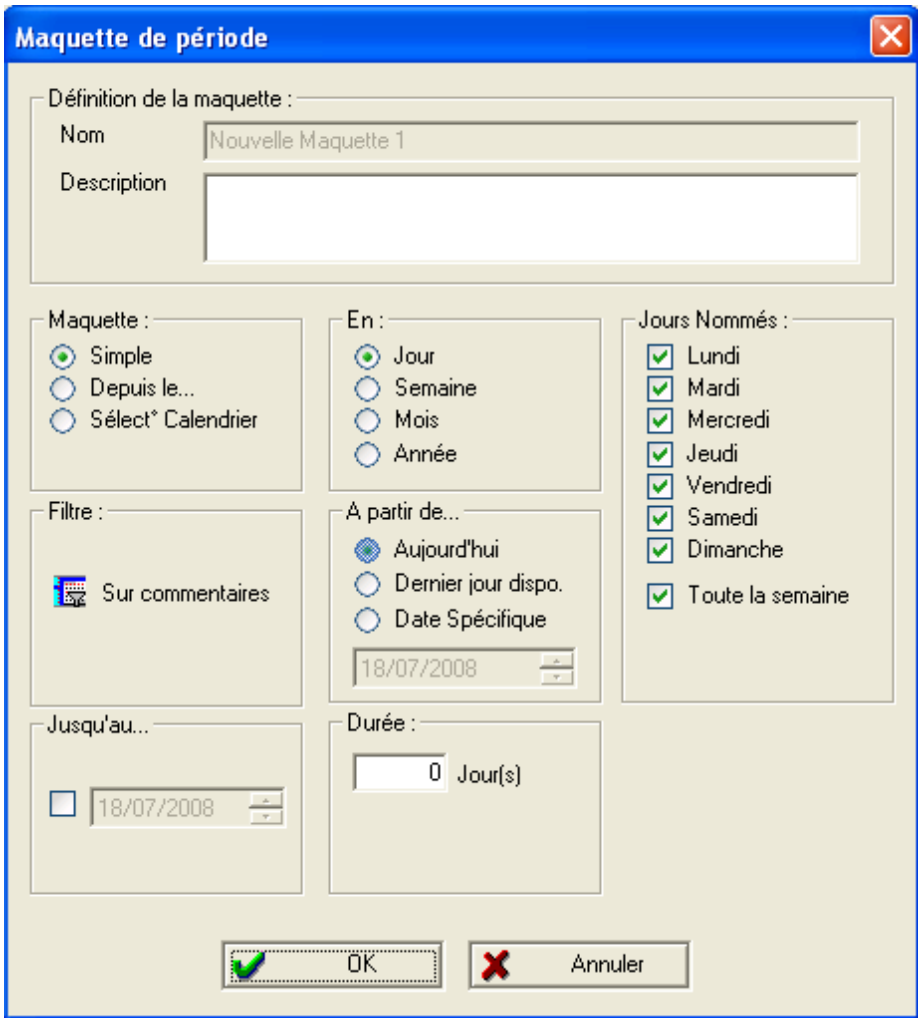
Pour paramétrer une maquette de dates, cliquer sur « **Nouveau** »

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

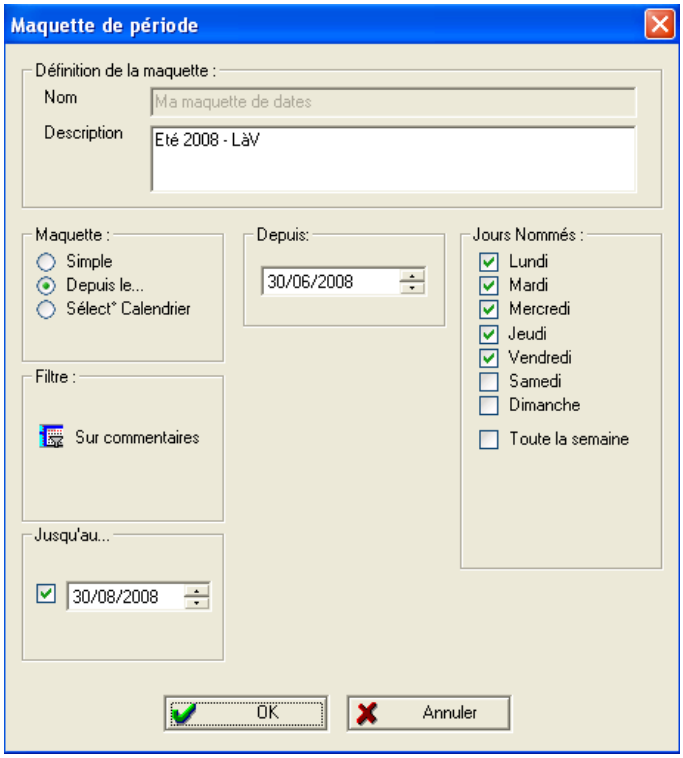


Entrer un nom de maquette, la fenêtre suivante apparaît :



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Entrer un commentaire pour décrire le contenu de la maquette (facultatif)
- Sélectionner le type de maquette souhaité :
- Simple (exemple ci-dessus)
- Depuis le…

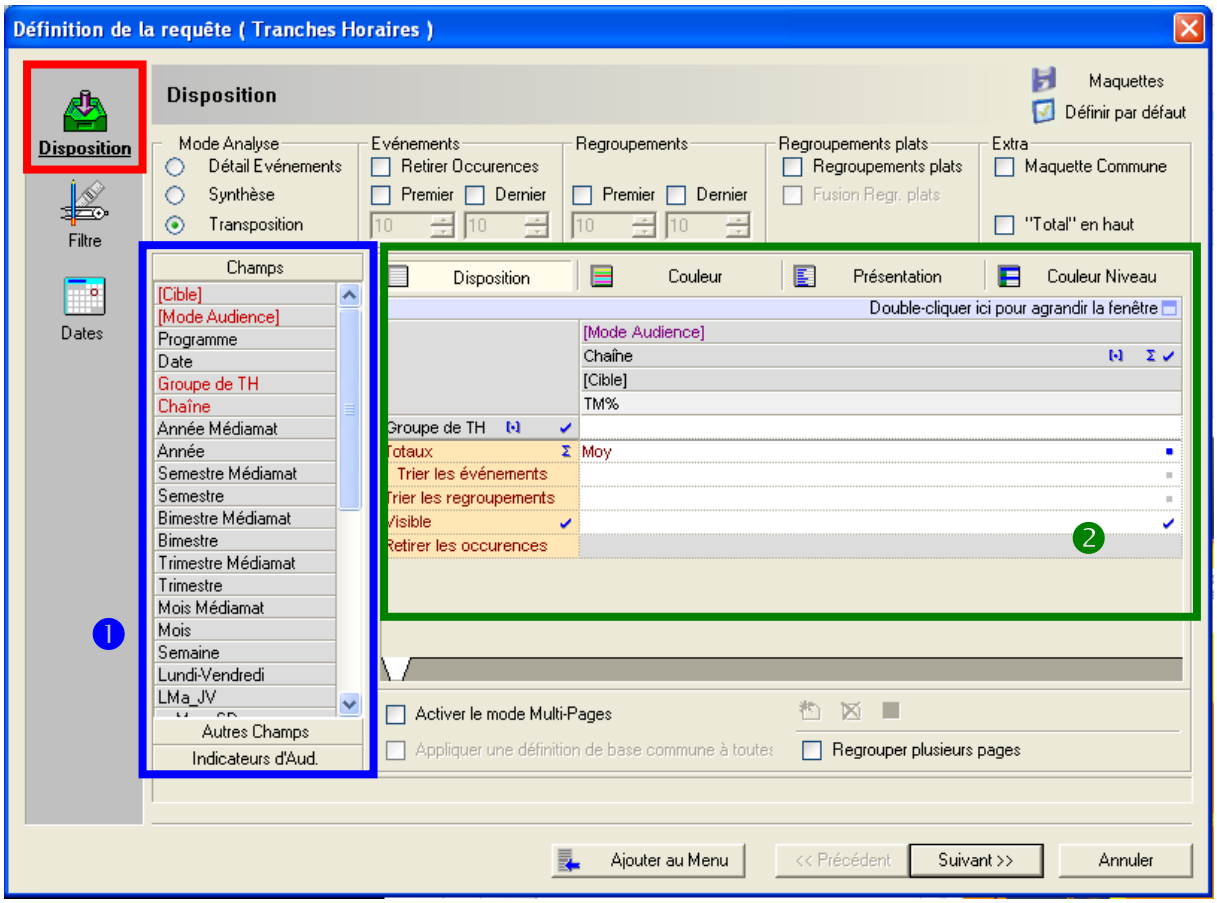


Dans l'exemple ci-dessus, le paramétrage appliqué permet de créer une **période incrémentale** :
Maquette créée le 01/07/2008
Date de Début : 30/06/2008 (Depuis)
Date de Fin : 30/08/2008 (Jusqu'au…) => il s'agit d'une date dans le futur
=> Le 18/07, cette analyse comportera les données du 30/06 au 17/07
=> Le 29/08, cette analyse comportera les données du 30/06 au 28/8
=> Le 01/09, cette analyse comportera les données du 30/06 au 30/08
…

- Sélection Calendrier (option actuellement inactive)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.3.2. Axe « Disposition »



Cet axe permet de paramétrer la disposition du tableau de résultats.

Médiamétrie propose une disposition par défaut qui peut être modifiée par l'utilisateur voire remplacée par une autre disposition par défaut.

> Les différents champs disponibles se trouvent dans la zone de paramétrage ❶ (Accordéon)

3 types de champs disponibles :
- Champs 1 onglet : Gén. (Général)
- Autres Champs
- Indicateurs d'Aud. Indicateurs d'Audience (CF Annexe 1 du Guide Utilisateur)

Pour passer de l'un à l'autre, cliquer sur la barre souhaitée de l'accordéon, le champ correspondant est alors déplié, les différents champs possibles sont alors visibles.

> Mode de placement des champs dans le tableau de résultats

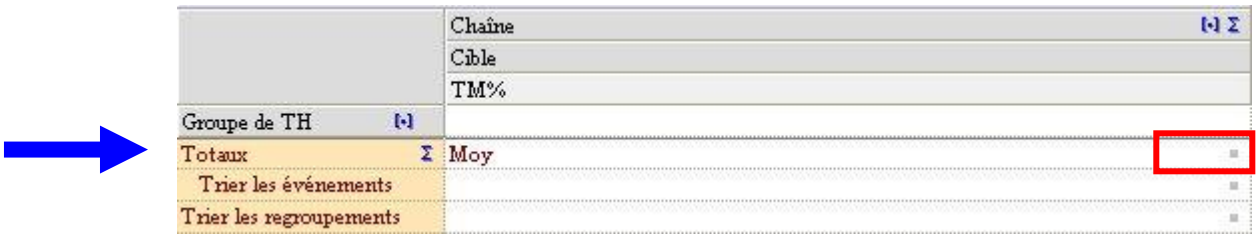
Pour placer des champs dans le tableau de résultats, il suffit de sélectionner (clic gauche) le champ dans l'accordéon puis de glisser et déposer ce champ à l'endroit souhaité (clic gauche maintenu).
- Les différents champs peuvent être placés en ligne, en colonne ou en onglet dans le tableau de résultats ❷
- Un champ apparaît en rouge dans la liste dés lors qu'il est placé dans le tableau de résultats.
- Un même champ peut être placé plusieurs fois (ex : En colonne et en ligne).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Lorsqu'un champ est placé en colonne, il constituera une information dans le tableau de résultats.
- Lorsqu'un champ est placé en onglet, l'analyse contiendra des résultats sur plusieurs pages.
- Lorsqu'un champ est placé en ligne, les événements seront regroupés par rapport à ce champ. Chacun des regroupements contiendra une ligne "Totaux".

> Ligne "Totaux"

Elle peut proposer des résultats moyennés ou bien sommés.
Pour paramétrer la ligne "Totaux", cliquer sur les icônes "Carré" proposés au niveau de la ligne "Totaux".



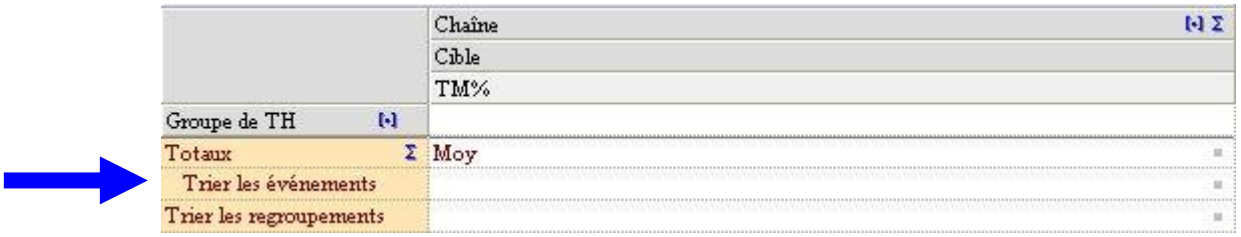
Le menu suivant apparaît :

Par défaut, l'option "Moyenne" est proposée. Pour certains indicateurs, il sera possible d'appliquer une somme. C'est le cas ici pour l'indicateur d'audience TM%. La somme des TM% permet d'obtenir le GRP d'une série d'événements. (Voir Annexe 1).

Il est possible de ne pas afficher les lignes "Totaux", pour cela, cliquer sur l'icône Σ. En cliquant sur cet icône, il apparaît grisé, la ligne total n'apparaîtra pas dans le tableau de résultats.

> Ligne "Trier les événements"

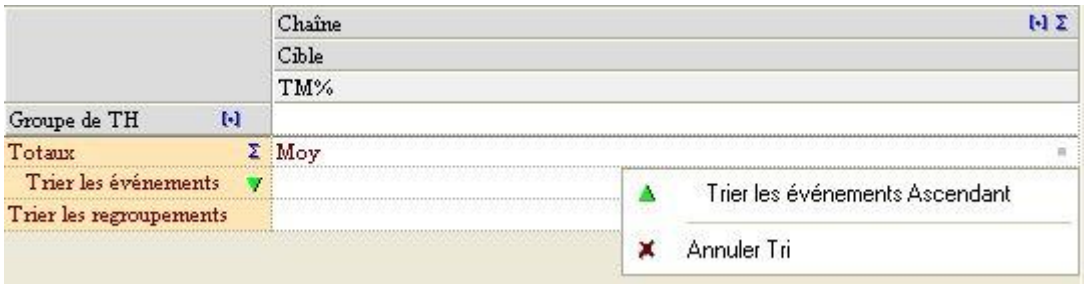
Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des événements en fonction de la colonne sélectionnée.



Pour appliquer un tri, cliquer sur les icônes "Carré", le menu suivant apparaît :

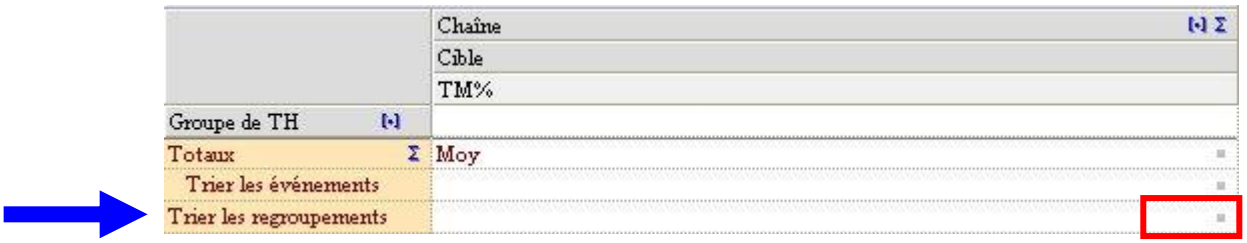
En fonction du tri appliqué des flèches indiquant le mode sélectionné apparaissent.
Vous pouvez alors trier les événements en mode ascendant ou descendant.
Pour annuler le tri appliqué, cliquer à nouveau sur un icône "Carré", le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Ligne "Trier les regroupements"

Les icônes "Carrés" de cette ligne permettent d'appliquer un tri croissant ou décroissant des lignes de regroupement.



Dans cet exemple, le champ "Tranche Horaire" a été placé en ligne, le tableau de résultats appliquera donc un regroupement par tranche horaire. Une ligne "Totaux" sera affichée pour chacun des regroupements. Le tri sur les lignes de regroupement n'est proposé que pour certaines colonnes uniquement.
Ici : TM% (Moyenne ou Somme).

> Mode Analyse

L'option "Mode Analyse" propose 3 modes :

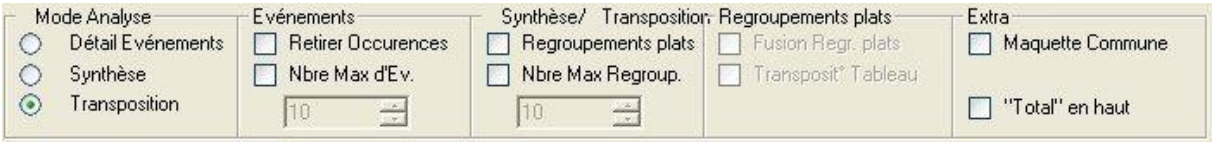
1- "Transposition" (Analyse "Tranches Horaires" > Mode par défaut)
Ce mode est propre aux analyses standard "Minute à Minute" et "Tranches Horaires". Il permet de placer les champs en colonne les uns au-dessous/dessus. Il n'est pas conseillé d'utiliser ce mode dans le cadre d'une analyse "Table de Diffusion".

2- "Détail Evénements" (Analyse "Table de Diffusion" > Mode par défaut)
Ce mode est propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". Il permet de placer les champs en colonne les uns à côté des autres et d'obtenir un tableau de résultats dans lequel est affiché le détail de chacun des événements (une ligne = 1 événement).

2- "Synthèse"
Ce mode est également propre à l'analyse standard "Table de Diffusion". En utilisant ce mode, le tableau de résultats obtenu affiche uniquement les lignes "Totaux" (Moyenne/Somme).

> Synthèse / Transposition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



- Case "**Regroupements plats**" non cochée (option par défaut)

=> Tableau de résultats obtenu :

	Arte
	Individus de 4 ans et plus
	TM% {Moy}
03:00:00 - 04:00:00	0.0
04:00:00 - 05:00:00	0.0
05:00:00 - 06:00:00	0.0
06:00:00 - 07:00:00	0.0
07:00:00 - 08:00:00	0.0
08:00:00 - 09:00:00	0.0
09:00:00 - 10:00:00	0.0
10:00:00 - 11:00:00	0.0
11:00:00 - 12:00:00	0.0
12:00:00 - 13:00:00	0.0
13:00:00 - 14:00:00	0.0
14:00:00 - 15:00:00	0.0
15:00:00 - 16:00:00	0.0
16:00:00 - 17:00:00	0.0
17:00:00 - 18:00:00	0.0
18:00:00 - 19:00:00	0.0
19:00:00 - 20:00:00	0.8
20:00:00 - 21:00:00	1.5
21:00:00 - 22:00:00	1.6
22:00:00 - 23:00:00	1.3
23:00:00 - 24:00:00	0.6
24:00:00 - 25:00:00	0.2
25:00:00 - 26:00:00	0.2
26:00:00 - 27:00:00	0.1

- Case "**Regroupements plats**" cochée
=> Tableau de résultats obtenu :

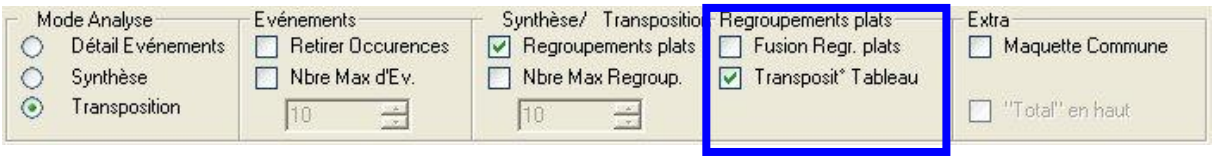
	Tranche Horaire	Arte
		Individus de 4 ans et plus
		TM% {Moy}
1	03:00:00 - 04:00:00	0.0
2	04:00:00 - 05:00:00	0.0
3	05:00:00 - 06:00:00	0.0
4	06:00:00 - 07:00:00	0.0
5	07:00:00 - 08:00:00	0.0
6	08:00:00 - 09:00:00	0.0
7	09:00:00 - 10:00:00	0.0
8	10:00:00 - 11:00:00	0.0
9	11:00:00 - 12:00:00	0.0
10	12:00:00 - 13:00:00	0.0
11	13:00:00 - 14:00:00	0.0
12	14:00:00 - 15:00:00	0.0
13	15:00:00 - 16:00:00	0.0
14	16:00:00 - 17:00:00	0.0
15	17:00:00 - 18:00:00	0.0
16	18:00:00 - 19:00:00	0.0
17	19:00:00 - 20:00:00	0.8
18	20:00:00 - 21:00:00	1.5
19	21:00:00 - 22:00:00	1.6
20	22:00:00 - 23:00:00	1.3
21	23:00:00 - 24:00:00	0.6
22	24:00:00 - 25:00:00	0.2
23	25:00:00 - 26:00:00	0.2
24	26:00:00 - 27:00:00	0.1

> Regroupements plats

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Ces options ne sont disponibles (dégrisées) que si la case "**Regroupements plats**" a été préalablement cochée.



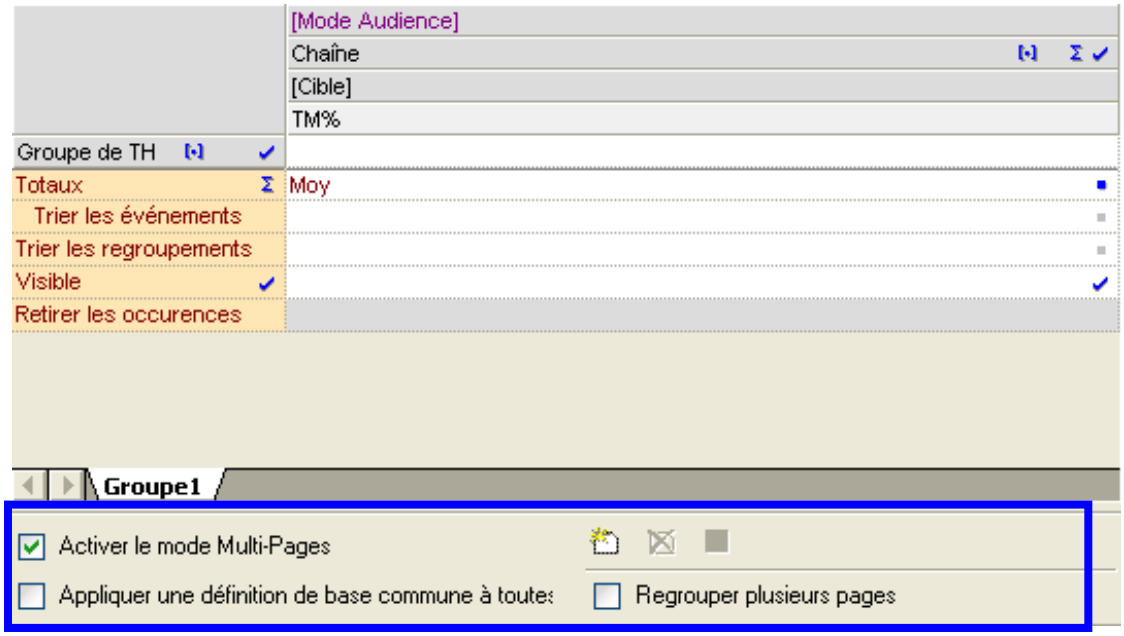
- Case "**Transposit° Tableau**" cochée
=> Extrait du tableau de résultats obtenu :

			1	2	3	4	5	6	7
Tranche Horaire			03:00:00 - 04:00:00	04:00:00 - 05:00:00	05:00:00 - 06:00:00	06:00:00 - 07:00:00	07:00:00 - 08:00:00	08:00:00 - 09:00:00	09:00:00 - 10:00:00
Arte	Individus de 4 ans et plus	TM% {Moy}	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

> Extra

La case à cocher ""Total" en haut" permet l'affichage des lignes "Totaux" en début de tableau et en début de regroupement comme dans l'outil Telereport. Par défaut, les lignes "Totaux" sont en effet, affichées en bas de tableau et en fin de regroupement.

> Mode Multi-Pages



Il est possible d'appliquer plusieurs regroupements en une analyse. En effet, les différents tableaux de résultats obtenus porteront sur les mêmes filtres (filtres événements, cibles, chaînes, périodes…), seule la disposition différera.

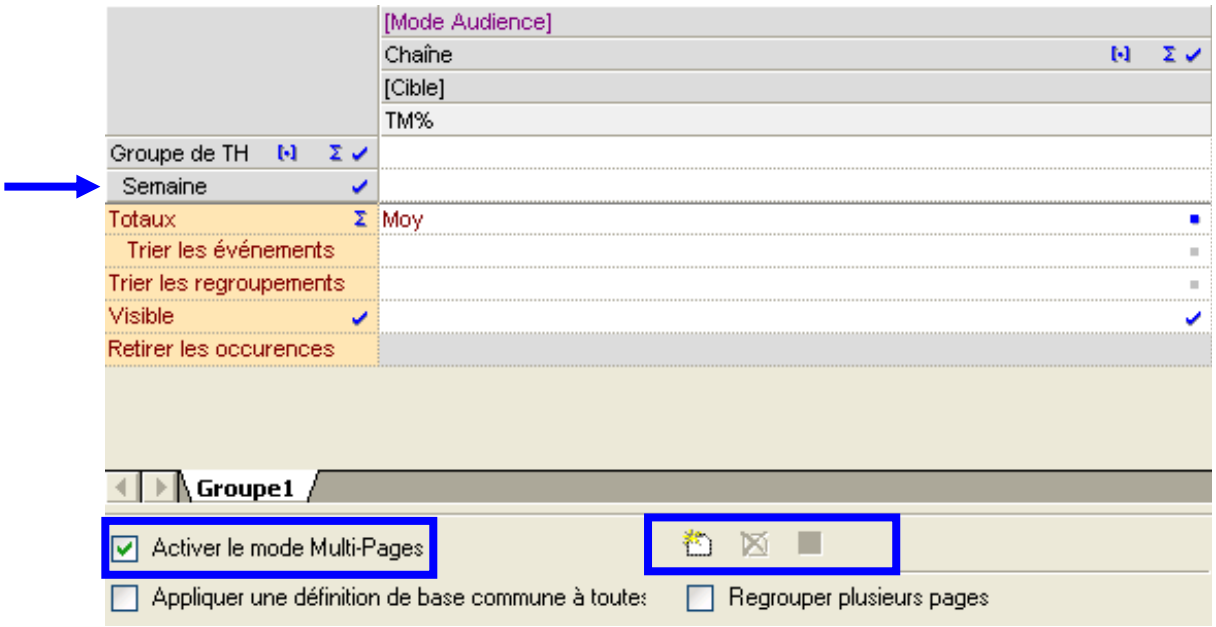
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Ex :
Données en entrée :

Date :	Mois de septembre Médiamat 2007
Cible :	Individus de 4 ans et +
Chaîne :	TF1 ; France 2 ; France 3 ; M6 ; Autres TV ; Total TV
Indicateur :	TM%
Tranche Horaire :	03H00-27H00
Option de Disposition :	Mode Multi-Pages

Placer le champ "semaine" en ligne pour obtenir un regroupement de la tranche horaire 03H00-27H00 par semaine.



Cocher la case "**Activer le mode Multi-Pages**", la fenêtre suivante apparaît :

Markdata Media Workstation
Le mode Multi-Pages désactivera l'organisation de la page Souhaitez-vous continuer ?
Oui
Non

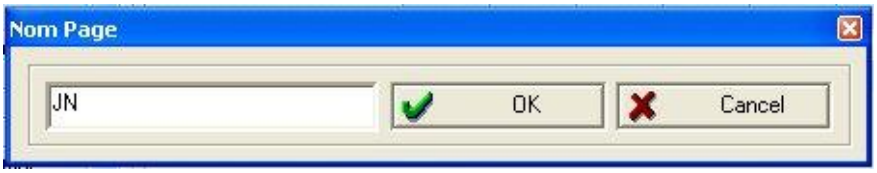
Cliquer sur le bouton "**Oui**"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

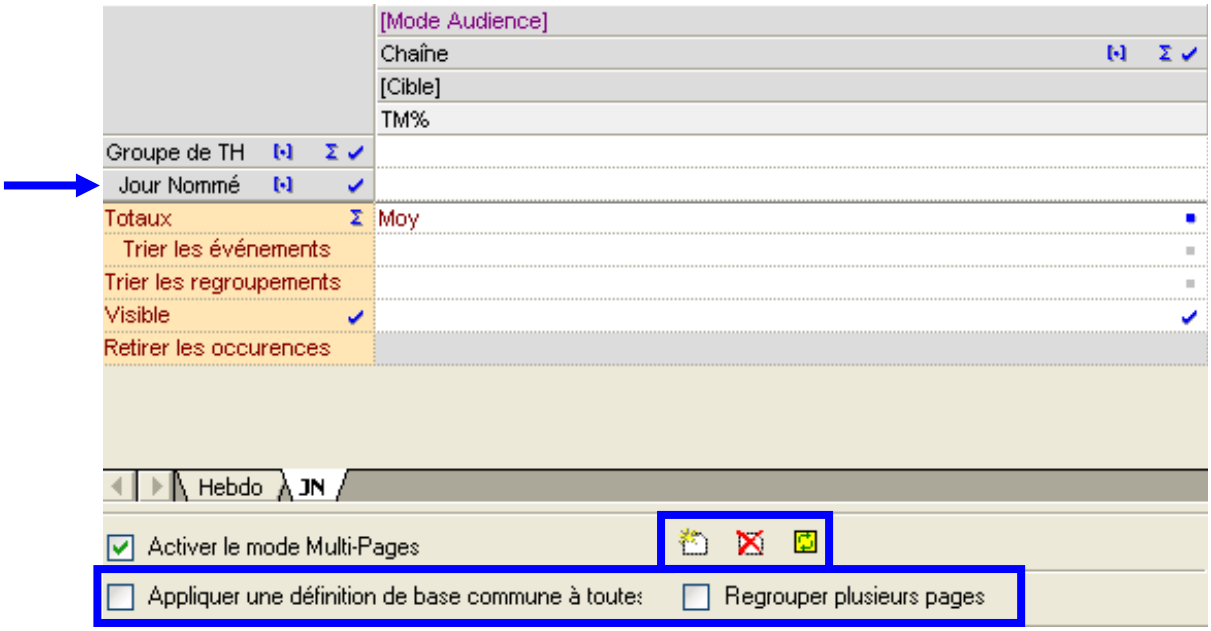
Mediametrie

Pour donner un nom à cette première page, double-cliquer sur l'onglet "Groupe 1" et entrer alors un nom dans la boîte de dialogue proposée. Dans cet exemple "Hebdo".

Puis, cliquer sur le bouton "**Ajouter Page**". La boîte de dialogue "Nom Page" apparaît de nouveau, entrer alors un nom pour cette nouvelle page. Dans cet exemple "JN" pour Jour Nommé.



Une nouvelle page est créée, elle reprend les mêmes caractéristiques que celle de la première page "Hebdo", remplacer alors le champ "Semaine" par "Jour Nommé".



Pour rajouter d'autres pages, cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter Page**".

L'option "**Appliquer une définition de base commune à toutes les pages**" permet d'appliquer un paramétrage d'options générales de disposition (Mode Analyse, Evénements, Extra…) commun à toutes les pages.

L'option "**Regrouper plusieurs pages**" permet de regrouper les tableaux de chaque onglet dans un seul et même onglet.

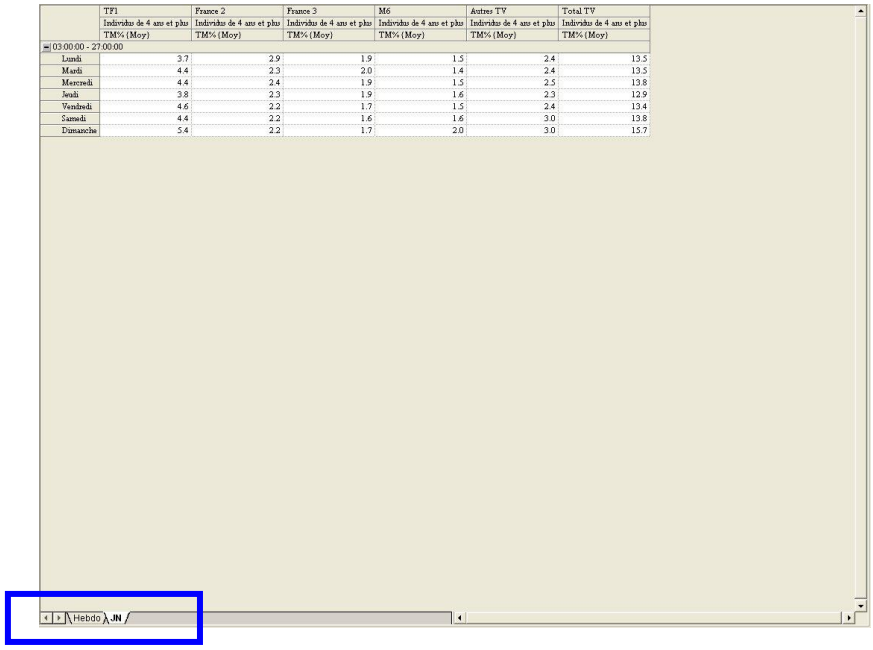
Il est possible à tout moment de supprimer certaines pages ("**Supprimer Page**") ou bien d'annuler le mode Multi-Pages ("**Annuler Pages**"). En utilisant cette option, seule la page sélectionnée (onglet blanc) sera conservée.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Tableau de résultats obtenu :

L'analyse contiendra alors autant d'onglets que de pages définies. Si l'analyse est exportée, le fichier Excel contiendra tous les onglets ainsi générés.
Dans cet exemple : un premier onglet "Hebdo" proposant des regroupements par semaine et un deuxième onglet "JN" proposant un regroupement par jour nommé.



	TF1	France 2	France 3	M6	Autres TV	Total TV
	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus	Individus de 4 ans et plus
	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)	TM% (Moy)
03:00:00 - 27:00:00						
Lundi	3.7	2.9	1.9	1.5	2.4	13.5
Mardi	4.4	2.3	2.0	1.4	2.4	13.5
Mercredi	4.4	2.4	1.9	1.5	2.5	13.8
Jeudi	3.8	2.3	1.9	1.6	2.3	12.9
Vendredi	4.6	2.2	1.7	1.5	2.4	13.4
Samedi	4.4	2.2	1.6	1.6	3.0	13.8
Dimanche	5.4	2.2	1.7	2.0	3.0	15.7

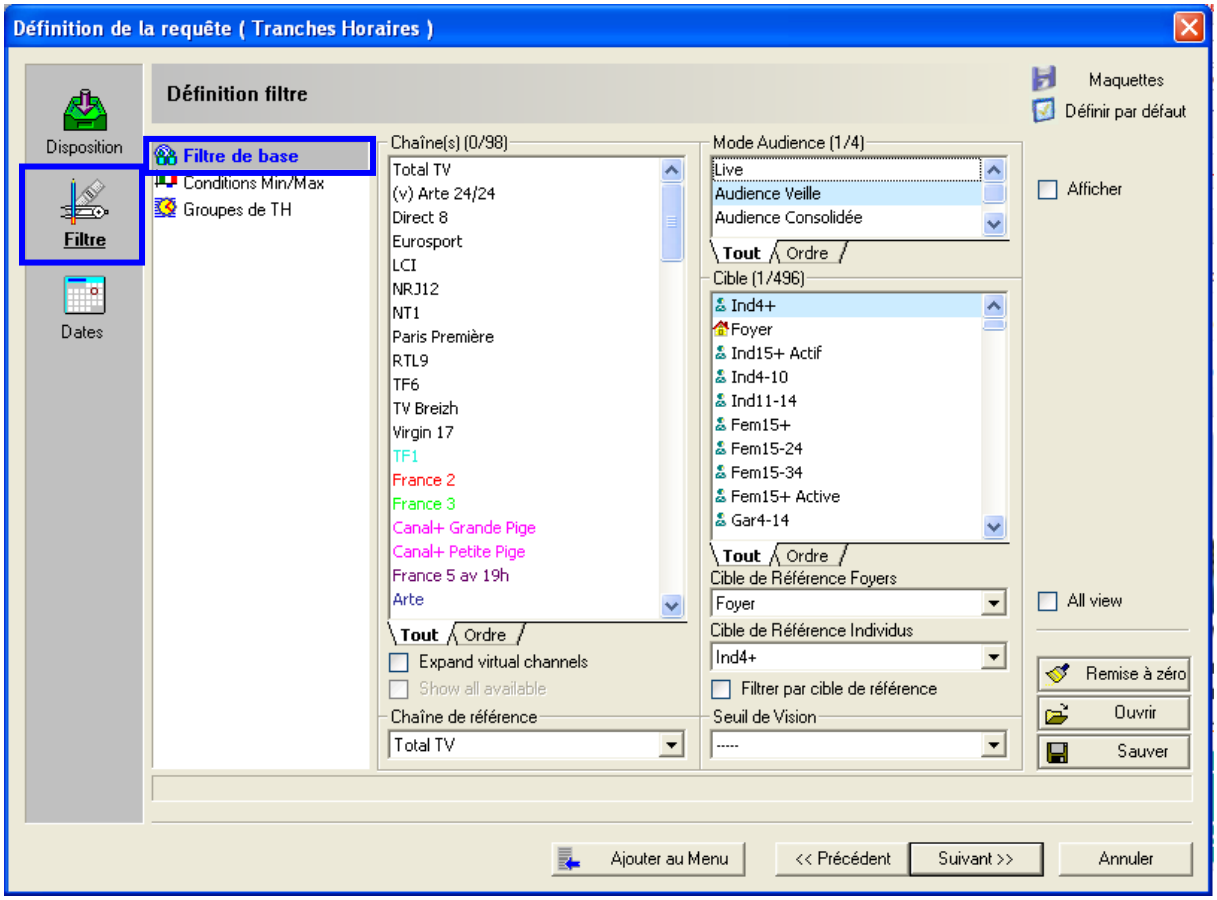
Hebdo JN

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.3.3. Axe "Filtre"

A NOTER
Si une sélection est appliquée (valeur par défaut ou sélection faite par l'utilisateur), le sous-axe "Filtre" apparaît en bleu et en gras dans le menu de sélection de l'axe "Filtre".

3.3.3.1. Sous-Axe "Filtre de Base"

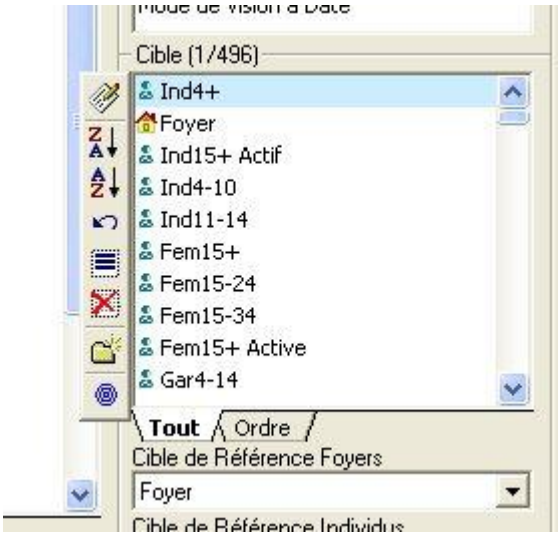


Ce filtre permet de sélectionner :

	Valeurs par défaut
- la ou les chaînes de diffusion	Toutes les chaînes hertziennes + ATV + TTV
- le ou les modes d'audience	Mode de Vision à Date
- la ou les cibles d'analyse	Individus de 4 ans et plus
- la chaîne de référence	Total TV
- la cible de référence Foyers	Foyers
- la cible de référence Individus	Individus de 4 ans et plus
- le seuil de vision	Seuil de vision prédéfini par défaut (----)

> La sélection des cibles et des chaînes peut être simplifiée par l'utilisation de différentes options proposées au niveau d'un menu de sélection. Ce menu apparaît dés lors que la souris est glissée sur les listes de choix "Chaîne(s)" et "Cible(s)".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Tri Ascendant et Tri Descendant

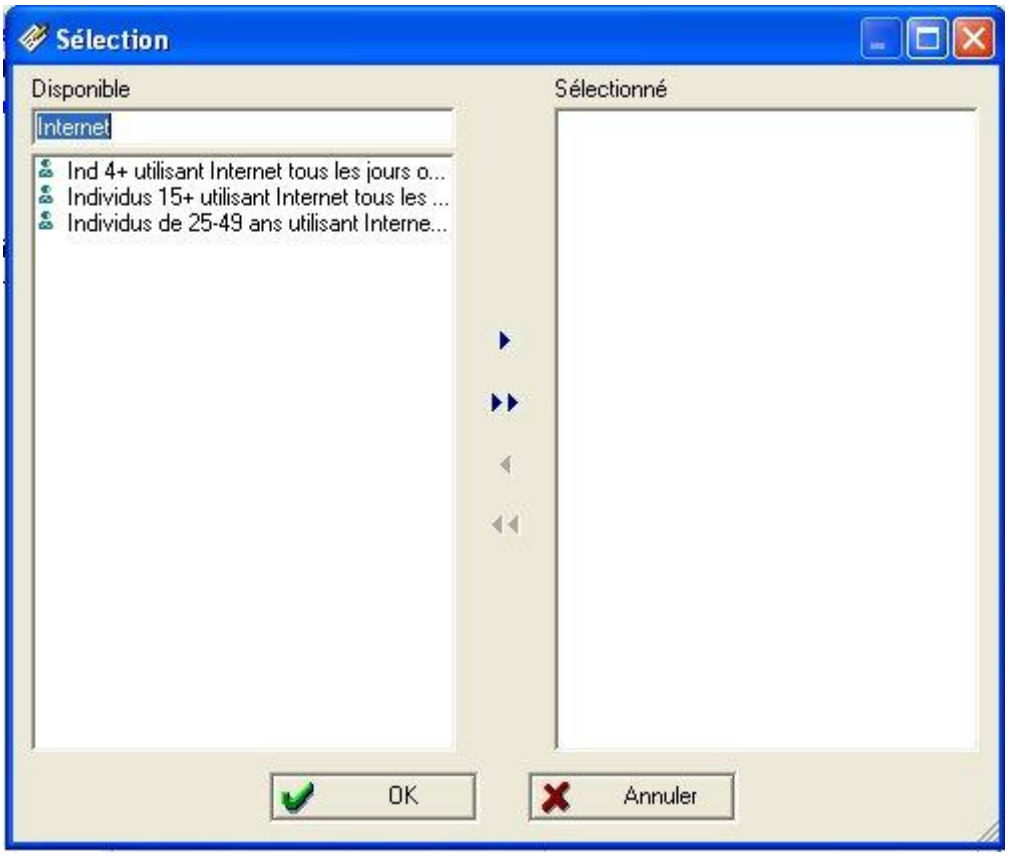
Tout Sélectionner / Tout Désélectionner

Annuler dernière action

Sélection Etendue

La fonctionnalité "**Sélection Etendue**" permet de filtrer la liste de choix en fonction du contenu des libellés.
En sélectionnant cette option, une nouvelle fenêtre de sélection apparaît.
Entrer alors dans la zone "Disponible" une chaîne de caractères correspondant à une partie d'un libellé de cibles.
Par exemple, recherche des cibles en rapport avec "Internet"
L'application *MMW* applique automatiquement un filtre sur ce terme et seules les cibles contenant ce terme apparaissent désormais dans la liste de choix.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Sélectionner la ou les cibles sur lesquelles vous souhaitez lancer le calcul en double-cliquant sur chacune d'elles ou bien en les sélectionnant puis en cliquant sur la flèche "simple". La flèche "double" permet la sélection de toutes les cibles proposées.

A NOTER
La sélection étendue est proposée dans toutes les listes de choix de l'application *MMW*. C'est donc le cas pour les chaînes et les variables.

Groupes

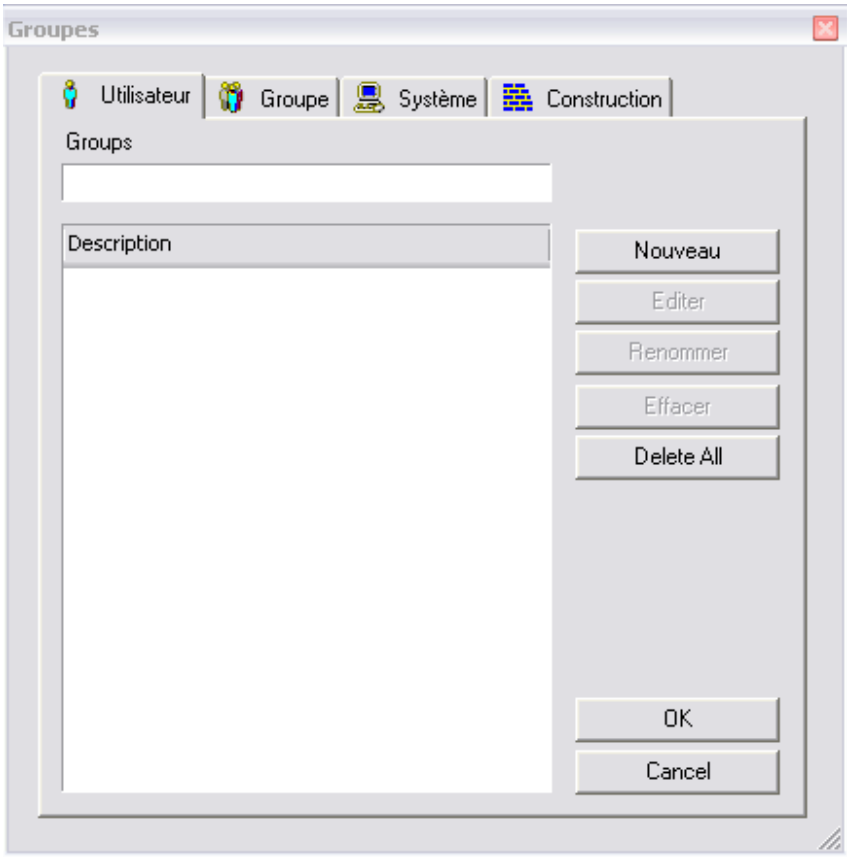
Cliquer sur cet icône, le menu suivant apparaît :

La création de groupes, permet à l'utilisateur de pré-définir des groupes de cibles ou de chaînes afin de faciliter la sélection de ces items.

A NOTER
Dans le cas des groupes de chaînes, il ne faut pas confondre « Groupes » et « Agrégats » qui peuvent être créés au niveau du module « Agrégats de chaînes ». Les groupes permettent d'obtenir des résultats sur chacune des chaînes qui composent ce groupe et non un résultat agrégé.

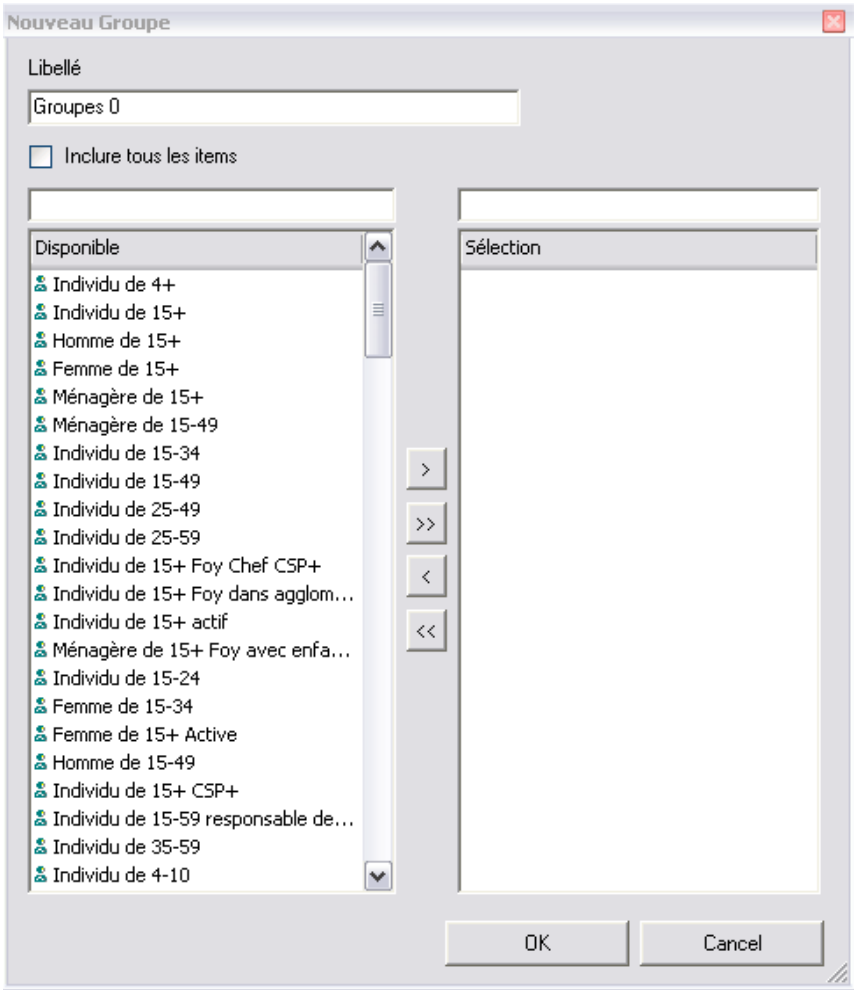
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Pour créer un nouveau groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :



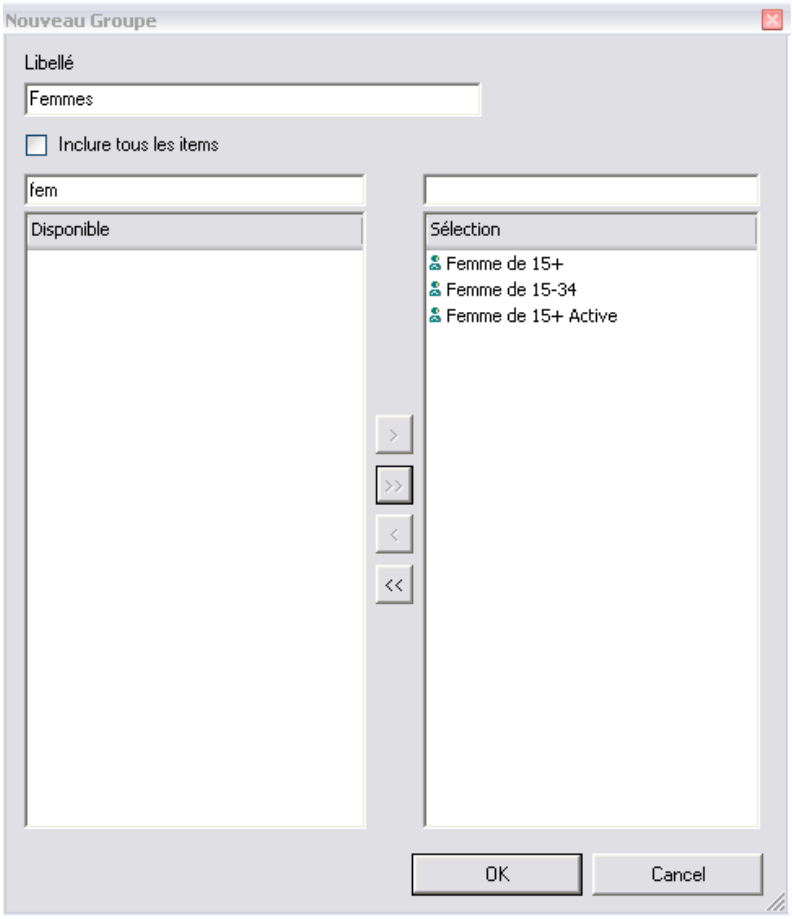
Cliquer alors sur « Nouveau » pour créer votre groupe, une nouvelle fenêtre apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

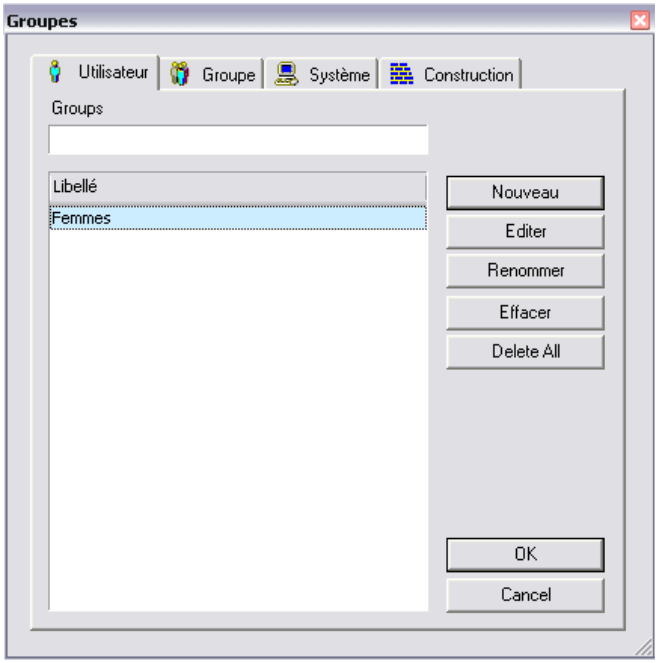


Donner un nom au nouveau groupe (dans notre exemple « Femmes »), puis sélectionner les cibles que vous souhaitez intégrer à ce groupe (à l'aide d'une recherche par chaîne de caractères si vous le souhaitez).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Puis cliquer sur « OK ».



Cliquer sur « OK » pour valider la création. Puis enfin, cliquer sur le bouton « Oui » de la fenêtre de confirmation de création.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

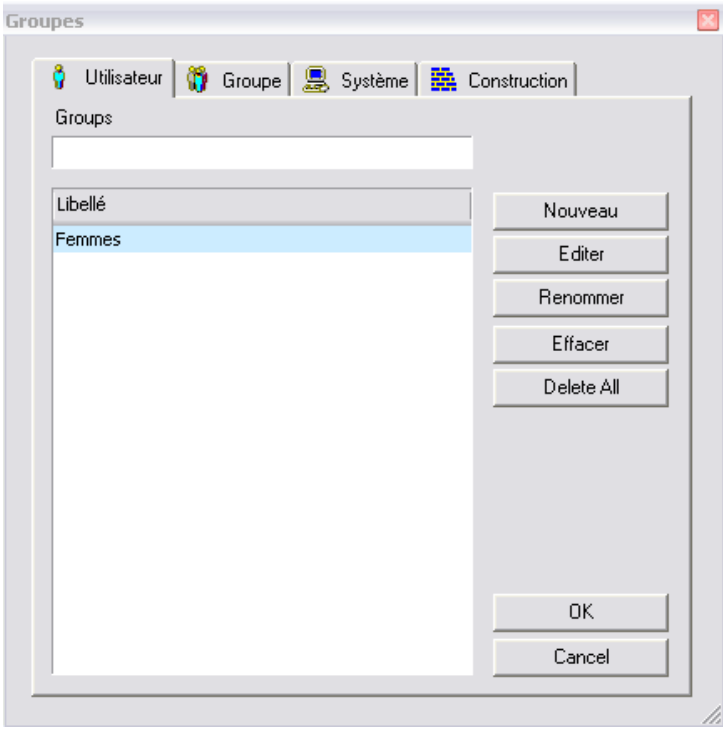
Le nouveau groupe « Femmes » est crée, il apparaît alors dans la liste de choix :

- Pour connaître sa composition, cliquer sur l'icône « + » qui apparaît devant le libellé.

- Pour sélectionner ce groupe et donc afficher les résultats d'audience correspondants à sa composition, cocher la case.

- Pour modifier, supprimer, renommer un groupe, sélectionner l'option « Groupes », la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



L'affichage simultané des groupes et de chacun des items n'est pas possible.
- Pour afficher les groupes, cocher l'option « Afficher Groupes » ;
- Pour afficher la liste de tous les items disponibles, décocher cette option.

Par défaut, cette option est décochée.

Lorsque l'utilisateur sélectionne un groupe puis revient au mode liste qui reprend tous les items, les items qui composent ce groupe restent sélectionnés. L'utilisateur peut alors compléter cette sélection par une sélection dite « unitaire ».

Cibles

Il est possible de créer des cibles utilisateur à partir de l'analyse « Quart d'Heure ». Il s'agit des mêmes fonctionnalités que celles proposées au niveau du module « Cibles » (Volet « Utilitaires » de la barre de raccourci) à savoir la création de cibles à partir des variables du panel ou de cibles existantes (cibles composites).

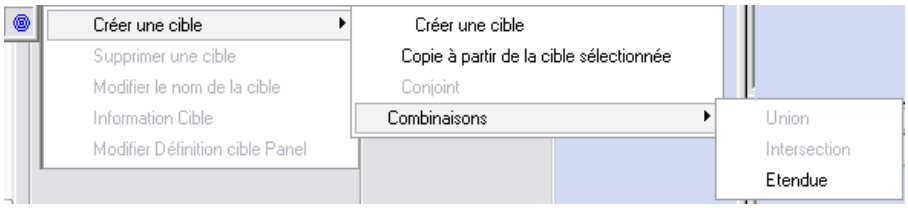
- Pour créer une cible à partir des variables du panel, sélectionner les 2 options « Créer une cible » :

- Pour créer une cible à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible » puis « Copie à partir de la cible sélectionnée » :

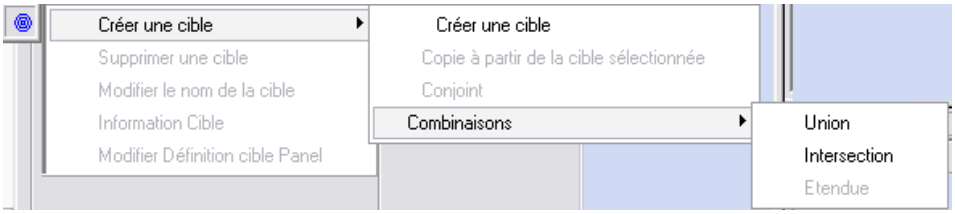
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- Pour créer plusieurs cibles à partir de la cible sélectionnée dans liste, sélectionner l'option « Créer une cible », puis « Combinaisons », puis « Etendue » :



- Pour créer une cible composite à partir d'au moins 2 cibles existantes, sélectionner ces cibles dans la liste de choix et sélectionner l'option « Combinaisons », puis « Union » ou « Intersection » :



Pour connaître dans le détail, les procédures de création de cibles, se référer au paragraphe 5.2. de ce manuel d'utilisation.

Toutes cibles utilisateurs créées à partir de ce menu seront automatiquement intégrées au module « Cibles ».

> Choix du mode d'audience

A partir du 3 janvier 2011, l'étude Médiamat intègre l'audience en différé. En conséquence, l'application *MMW* propose quatre modes d'audience :
- Live
- Audience Veille
- Audience Consolidée
- Mode d'Audience à Date (valeur par défaut)

➲ Live : Mode d'audience historique

➲ Audience Veille
Live + VOSDAL
VOSDAL (View on Same Day As Live) = Il s'agit d'une session d'écoute qui a un décalage de plus de 60 secondes entre la diffusion du programme et le moment de visionnage de ce programme. Cette session d'écoute est réalisée le même jour que le jour de diffusion initiale du programme.

➲ Audience Consolidée
Live + VOSDAL + Audience Différé sur les 7 jours suivants

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Il s'agit de l'audience en différé (> 60 secondes) après ré-affectation sur les 7 jours consécutifs à la diffusion.

➲ Mode de Vision à Date

Ce mode permet d'agréger (moyenne ou somme) des résultats d'audience issus de différents modes. Ce mode est nécessaire lorsque l'Audience Consolidée d'une période n'est pas encore disponible et que l'on souhaite communiquer sur un résultat moyen portant en partie sur cette même période, il est autorisé d'utiliser les différents modes faisant foi publiés à date (utilisation de toutes les Audiences Consolidées disponibles et de la ou des Audiences Veille lorsque l'Audience Consolidée n'est pas disponible).

Exemple

Lancement du calcul le Jour 15 :

		Live	Audience Veille	Audience Consolidée	Mode de Vision à Date
Jour 1	Programme A	5,0	-	-	5,0
Jour 2	Programme A	4,5	-	-	4,5
Jour 3	Programme A	8,6	-	-	8,6
Jour 4	Programme A	7,9	8,1	8,2	8,2
Jour 5	Programme A	6,5	6,9	7,0	7,0
Jour 6	Programme A	5,9	6,1	6,3	6,3
Jour 7	Programme A	4,7	4,8	4,9	4,9
Jour 8	Programme A	7,7	7,8	-	7,8
Jour 9	Programme A	6,4	6,5	-	6,5
Jour 10	Programme A	7,2	7,5	-	7,5
Jour 11	Programme A	9,1	9,2	-	9,2
Jour 12	Programme A	6,7	6,9	-	6,9
Jour 13	Programme A	5,1	5,3	-	5,3
Jour 14	Programme A	7,5	7,6	-	7,6
MOYENNE		6,6	7,0	6,6	6,8

IMP

- L'utilisateur a la possibilité de sélectionner un ou plusieurs modes d'audience et de trier l'ordre d'affichage de chacun des modes dans le tableau de résultats.
- Les cibles de type « Foyer » ne proposent de résultats d'audience sur les modes en différé (Audience Veille, Audience Consolidée et Mode de Vision à Date).

> Seuil de vision

Le seuil de vision permet de définir la notion de téléspectateur. L'application *MMW* prend en compte, par défaut, dans ses calculs tous les téléspectateurs qui ont vu au moins

- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

de chacun de ces événements (programmes/tranches horaires). L'utilisateur a la possibilité de définir ce qu'est un téléspectateur en appliquant une condition sur la durée de vision de chacun des événements.

Ex : Un individu est téléspectateur s'il a vu au moins 1 minute non consécutive de chacun des événements analysés, ou bien s'il a vu au moins 25% de la durée de chacun des événements…

Le seuil de vision ne s'applique qu'aux indicateurs suivants :

- TC%
- DET
- Ass%
- STA_TC

Si dans le cadre d'une analyse, les deux indicateurs TC% et TM% sont sélectionnés et qu'un seuil de vision autre que seuil de vision par défaut est appliqué, ce dernier n'impactera que l'indicateur TC%.

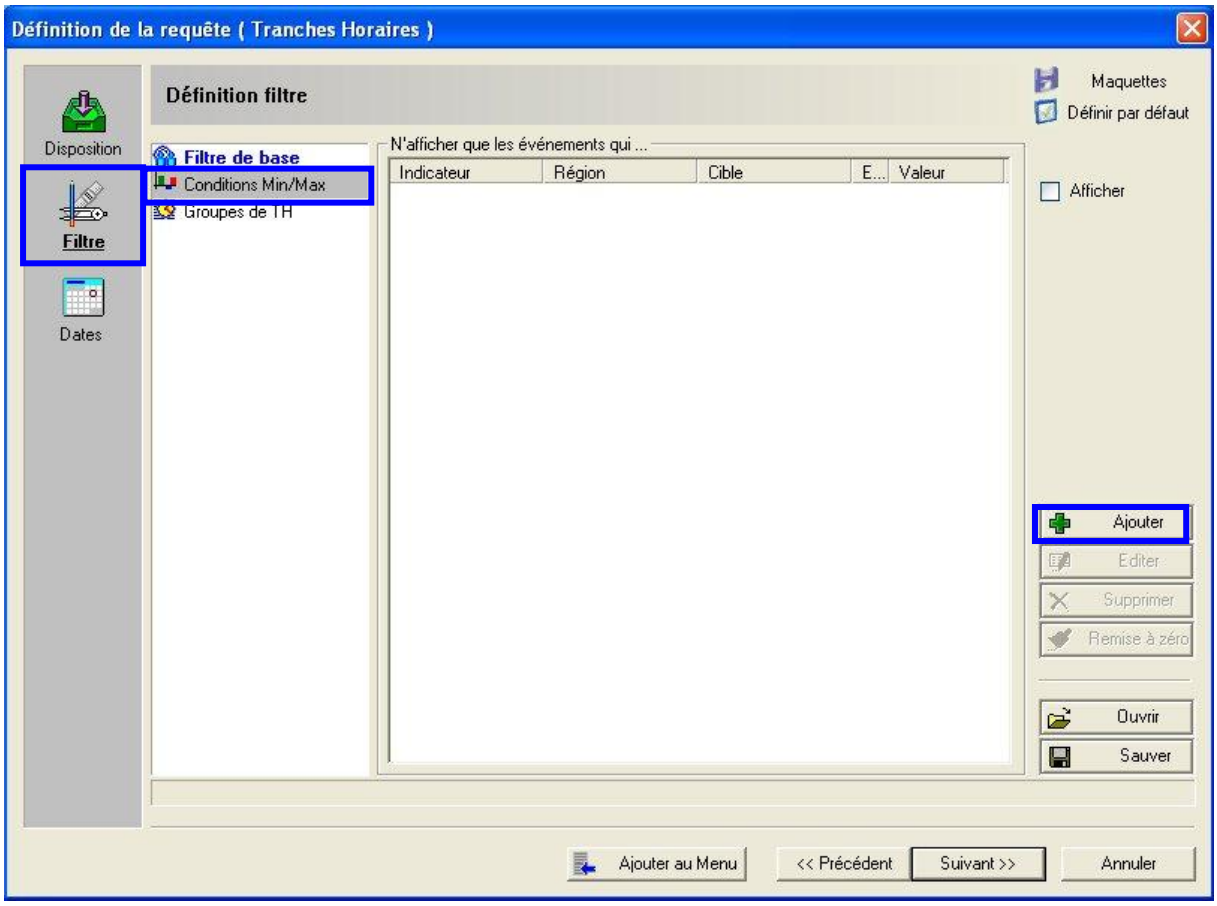
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Pour appliquer un seuil de vision, sélectionner un seuil de vision prédéfini au niveau du menu déroulant « Seul de Vision ». Plusieurs seuils de vision prédéfinis ont été créés par Médiamétrie :
- 1 Seconde
- 10 Secondes (Consécutives)
- 60 Secondes (Non Consécutives)
- 15 Min (Non Consécutives)
- 50% (Non Consécutif)

Pour créer de nouveaux seuils de vision prédéfinis, utiliser le module « Seuil de vision prédéfini » (cf « Options Générales »)

3.3.3.2. Sous-Axe "Condition Min/Max"

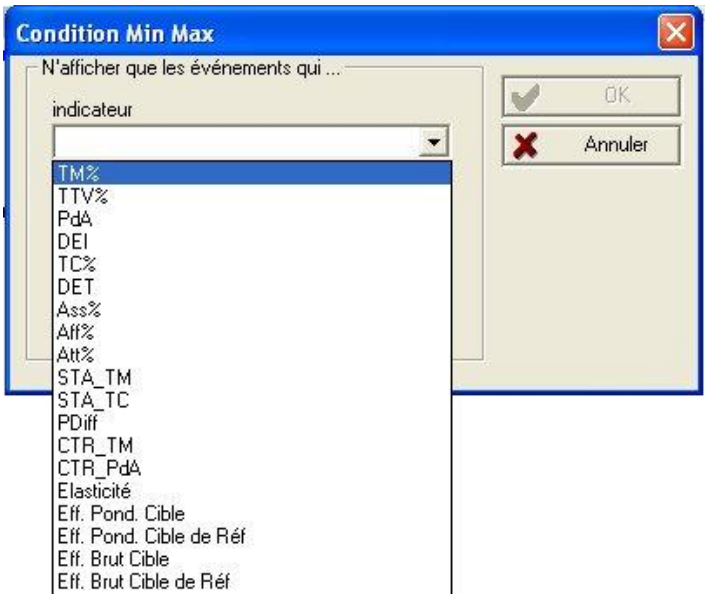


Ce sous-axe permet de filtrer les tranches horaires affichées dans le tableau de résultats en fonction de leur résultat d'audience.

Pour appliquer une condition Min/Max, cliquer sur le bouton "**Ajouter**". La fenêtre suivante apparaît :

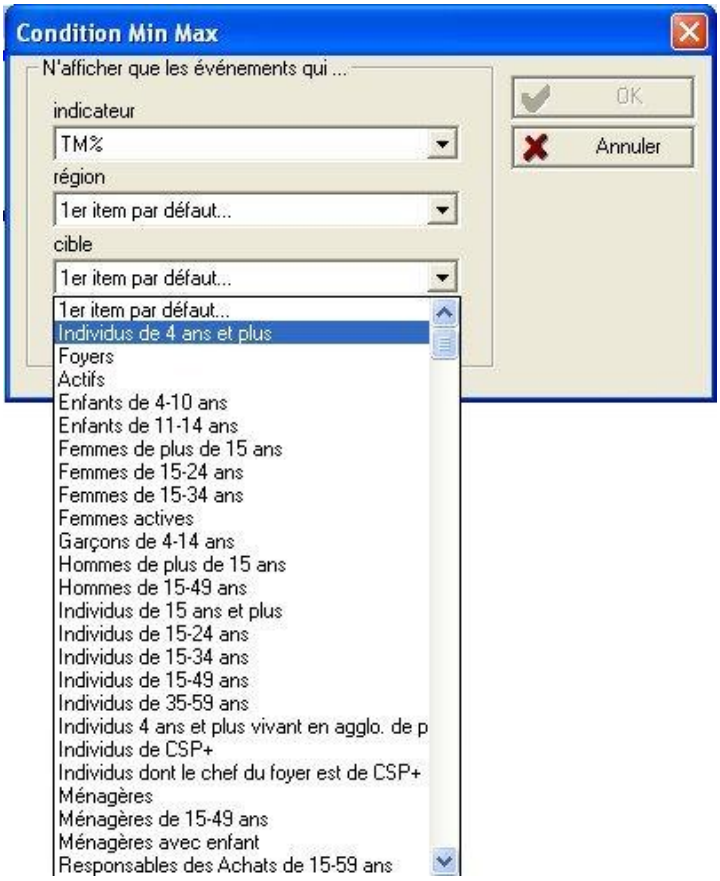
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Sélectionner un indicateur d'audience sur lequel appliquer la condition à partir du menu déroulant "indicateur" :



- Sélectionner une cible sur laquelle appliquer la condition à partir du menu déroulant "cible" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

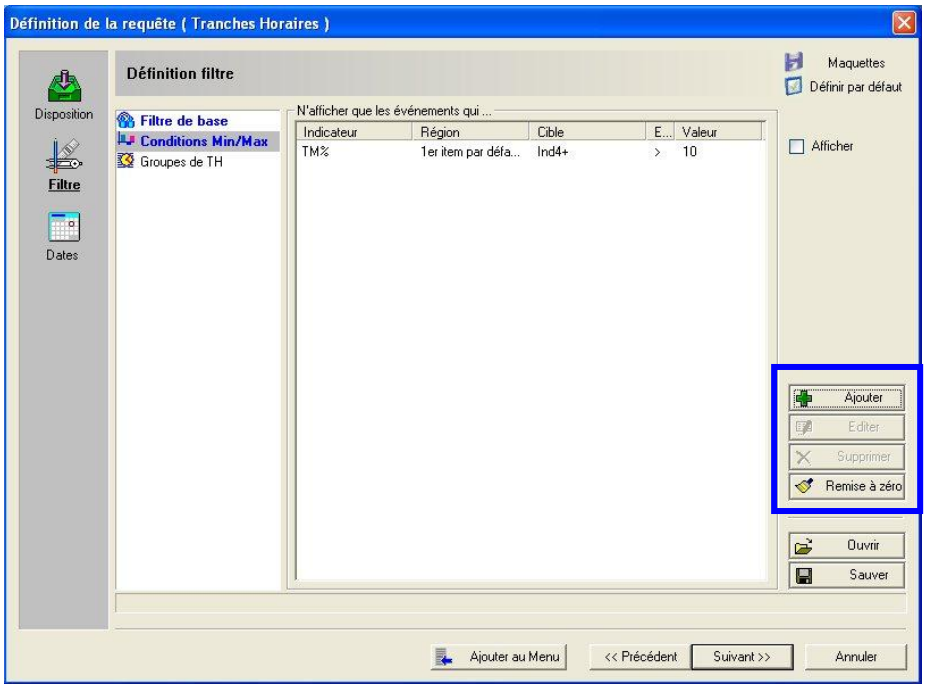


- Sélectionner la condition à appliquer à partir du menu déroulant "est…" :
"!=" correspond à l'option "différent de…"

Puis appliquer une valeur à cette condition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Puis cliquer sur "OK" pour valider cette condition minimale.
Le sous-axe "Condition Min/Max" est alors renseigné comme ci-dessous



- Il est possible d'ajouter une nouvelle condition Min/Max, pour cela cliquer à nouveau sur le bouton "**Ajouter**".

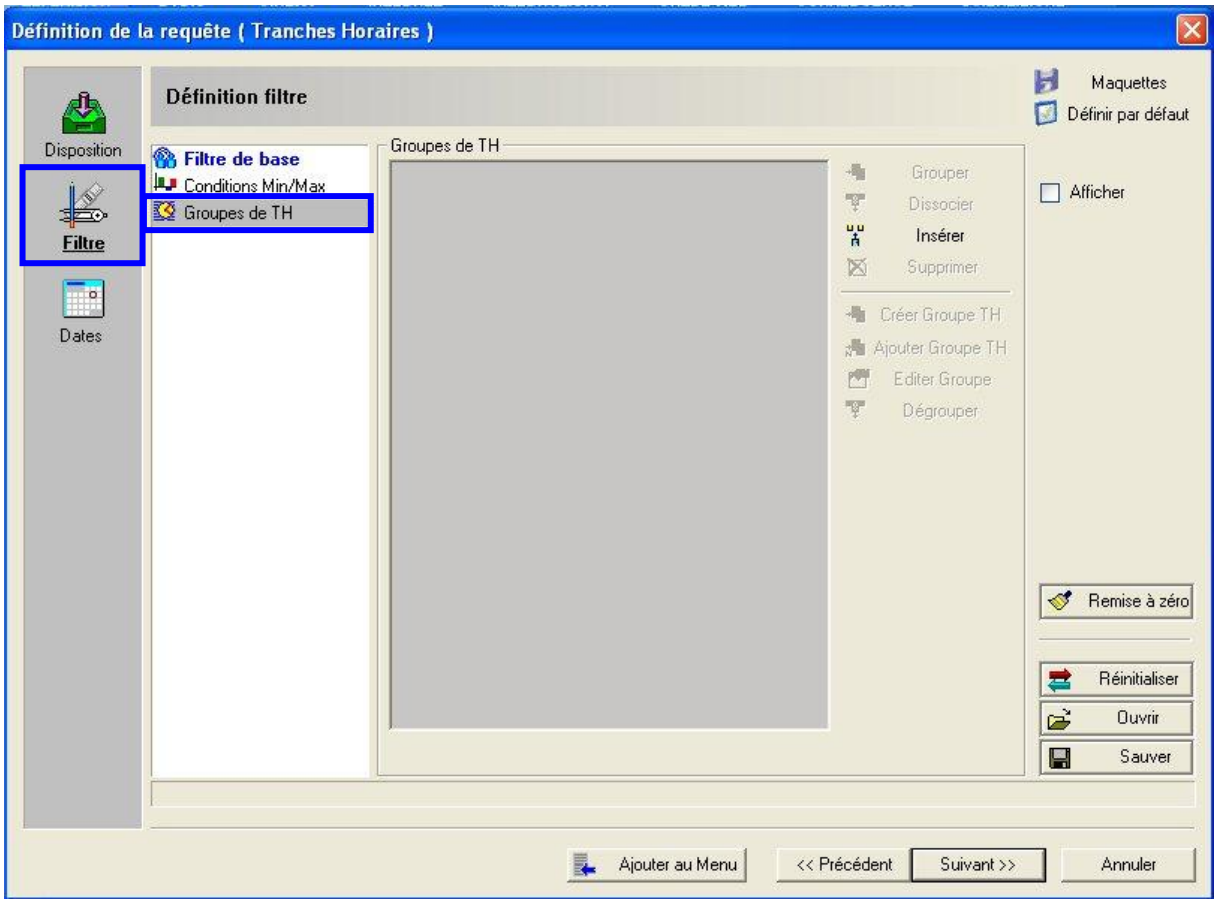
- Pour modifier une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Editer**".
- Pour supprimer une des conditions appliquées, sélectionner la condition et cliquer sur le bouton "**Supprimer**".

- Pour supprimer toutes les conditions appliquées, cliquer sur le bouton "**Remise à zéro**".

A NOTER
La sélection des événements affichés dans le tableau de résultats correspondra aux différentes conditions Min/Max appliquées.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.3.3.3. Sous-Axe "Groupes de TH"



Le sous-axe "Groupes de TH" permet de paramétrer les groupes de tranches horaires sur lesquels les résultats d'audience porteront.

Options de paramétrage disponibles

> Insérer…

… via le menu :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

… via le clic droit dans la zone "Groupes de TH" :

Cliquer sur l'option "**Insérer**", la fenêtre suivante apparaît :

Entrer alors le nom du groupe de tranche horaire souhaité.

Exemple : Création des 3 plages en clair de Canal+

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

1/ Clair LàV

Entrer un nom pour ce groupe de tranches horaires, puis entrer les différentes tranches horaires associées en cliquant sur "**Insérer**". La fenêtre suivante apparaît :

Entrer la première tranche horaire et cliquer sur "**OK**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

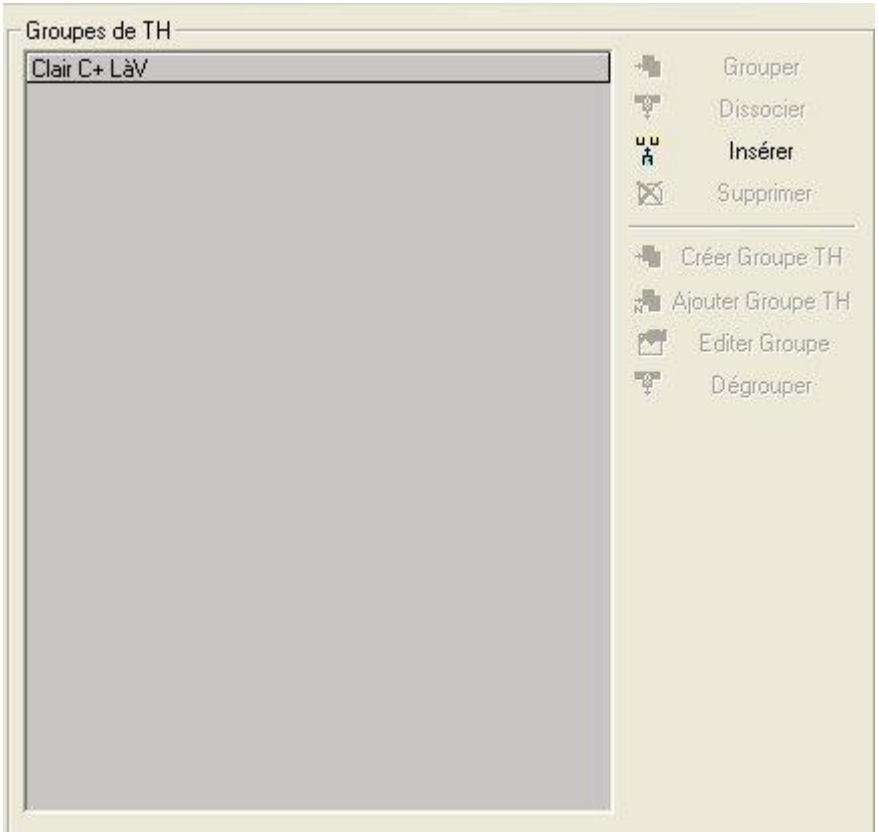
Sélectionner la tranche horaire et appliquer les jours nommés souhaités à cette tranche horaire et cliquer sur "**OK**".

Procéder de même pour compléter le paramétrage.
Les trois tranches horaires sont correctement paramétrées. Cliquer sur "**OK**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

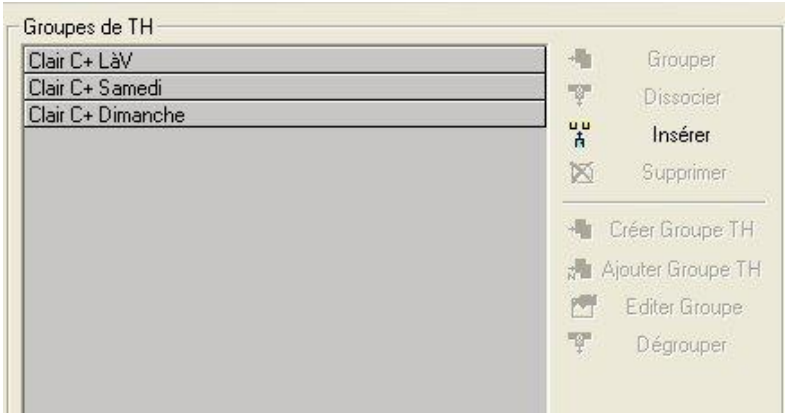
Le groupe de tranches horaires "Clair C+ LàV" est ajouté à la sélection.



Pour créer de nouveaux groupes de tranches horaires, procéder de même.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Ci-après la sélection obtenue :



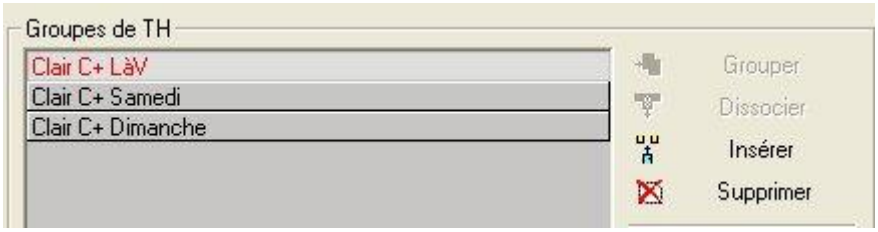
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Supprimer un groupe de tranches horaires…

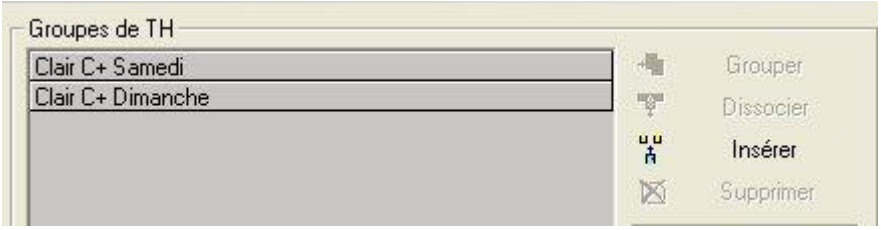
… via le menu :

… via le clic droit dans la zone "Groupes de TH" :

Cliquer sur le groupe de tranches horaires à supprimer (ici Clair C+ LàV), l'option "**Supprimer**" est alors dégrisée.



Puis cliquer sur l'option "**Supprimer**". Le groupe de tranches horaires " Clair C+ LàV" a été supprimé de la liste.

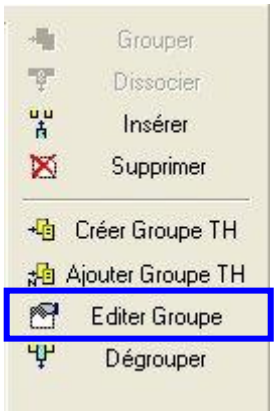


> Editer un groupe de tranches horaires…

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

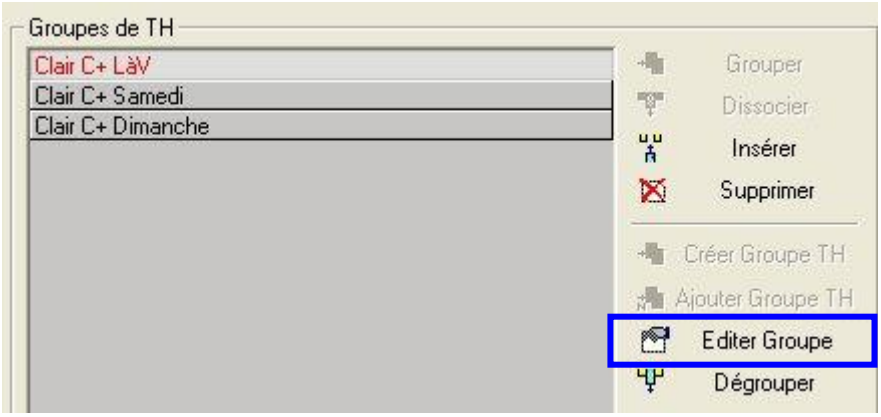
Mediametrie

… via le menu :



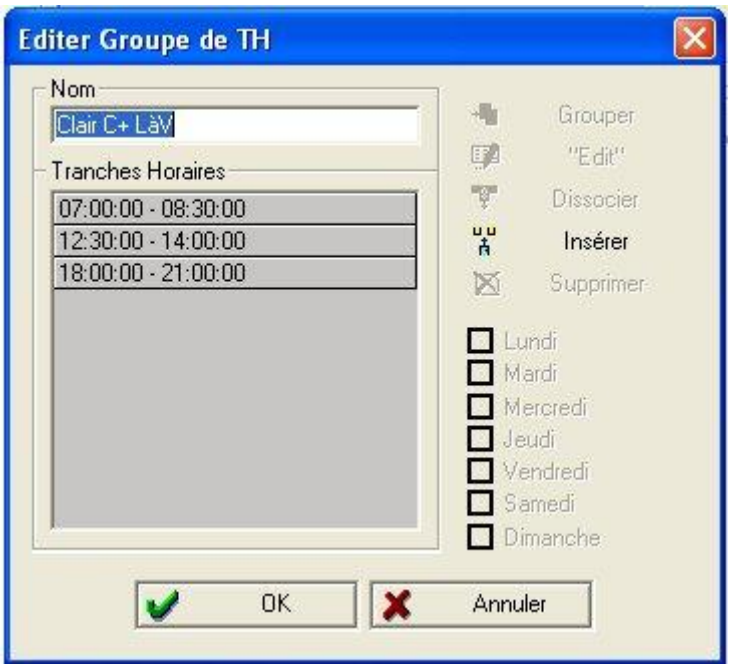
… via le clic droit dans la zone "Groupes de TH" :

Cliquer sur la le groupe de tranches horaires à éditer (ici Clair C+ LàV), l'option "**Editer Groupe**" est alors dégrisée.



Puis cliquer sur l'option "**Editer Groupe**", la fenêtre suivante apparaît :

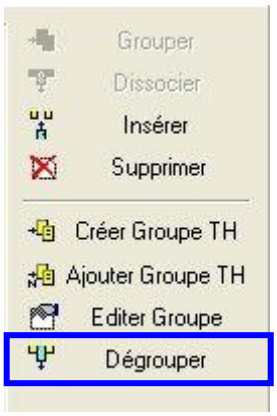
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Il est alors possible de modifier la définition du groupe de tranches horaires.
Pour valider, les éventuelles modifications apportées, cliquer sur "**OK**".

> Dégrouper un groupe de tranches horaires…

… via le menu :

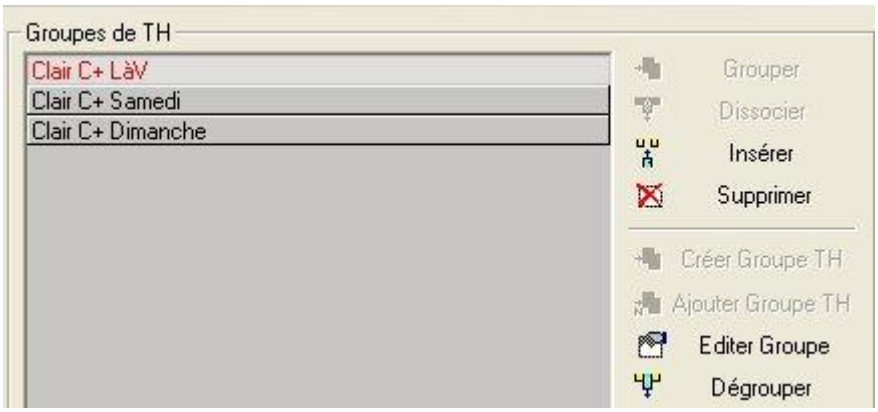


… via le clic droit dans la zone "Groupes de TH" :

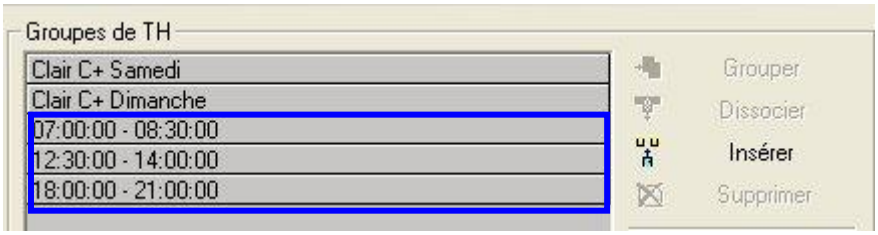
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sélectionner le groupe de tranches horaires à dégrouper, l'option "**Dégrouper**" est alors dégrisée.

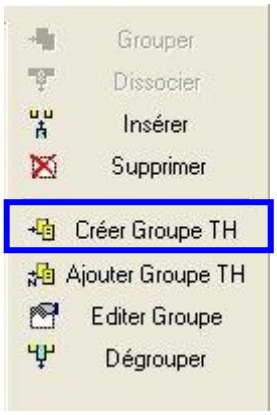


Cliquer alors sur l'option "**Dégrouper**", le groupe de tranches horaires sélectionné est alors dégroupé. Les tranches horaires contenues dans ce groupe apparaissent alors dans la liste.



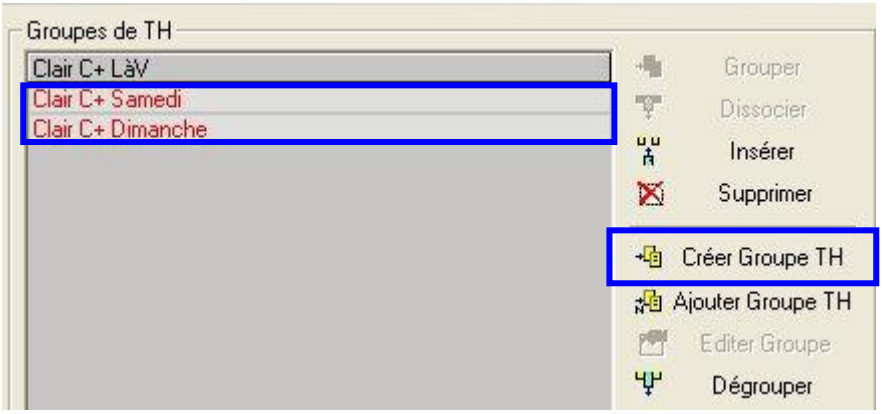
> Créer Groupe de tranches horaires…

… via le menu :



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

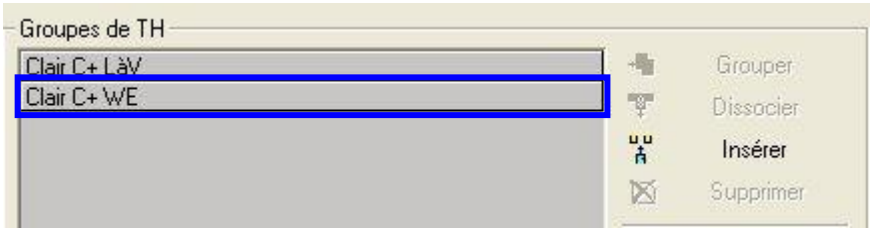
Sélectionner les groupes de tranches horaires à grouper (au moins deux),



L'option "**Créer Groupe de TH**" est dégrisée. Cliquer alors sur l'option "**Créer Groupe de TH** ". La fenêtre suivante apparaît :

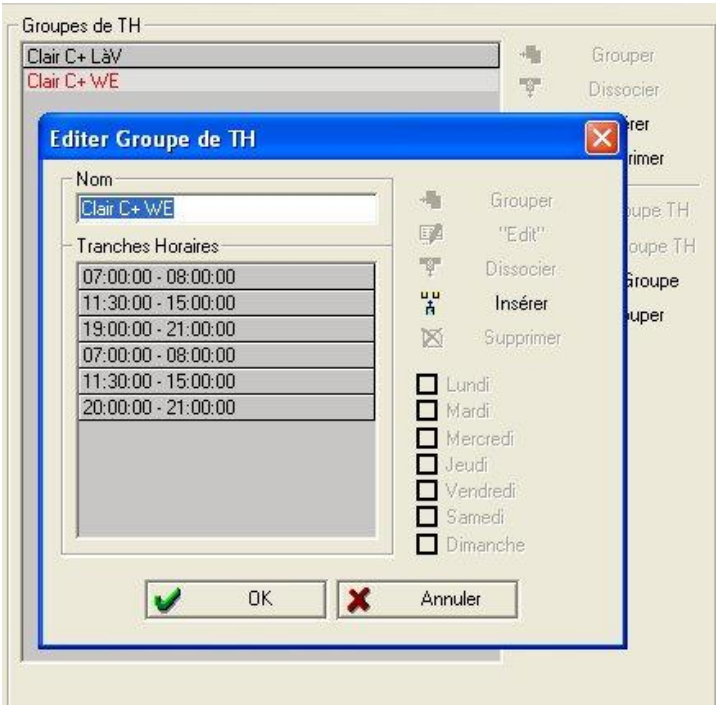
Entrer un nom pour ce nouveau groupe de tranches horaires. Puis cliquer sur "**OK**".

Les deux groupes de tranches horaires sont alors fusionnés. Un nouveau groupe de tranches horaires est alors créé (Ici Clair C+ WE). Les deux groupes de tranches horaires initiaux sont alors automatiquement supprimés de la sélection.



Pour vérifier le contenu de ce nouveau groupe de tranches horaires, sélectionner le groupe puis cliquer sur l'option "**Editer Groupe**". La fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Ajouter Groupe de tranches horaires…

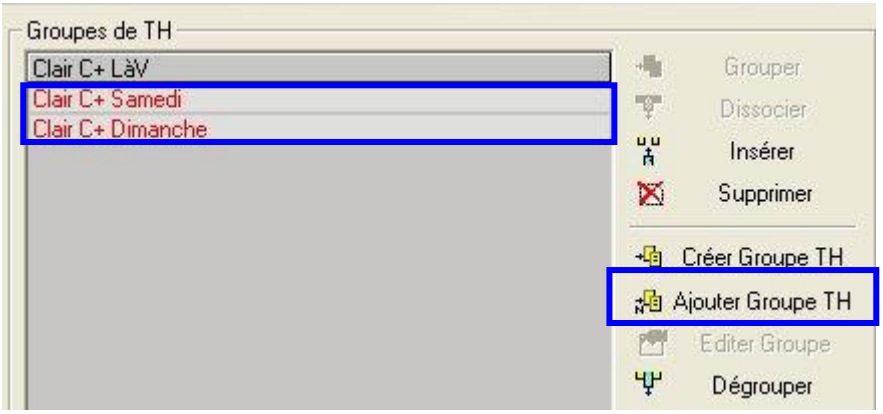
… via le menu :

… via le clic droit dans la zone "Groupes de TH" :

Sélectionner les groupes de tranches horaires à grouper (au moins deux),

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

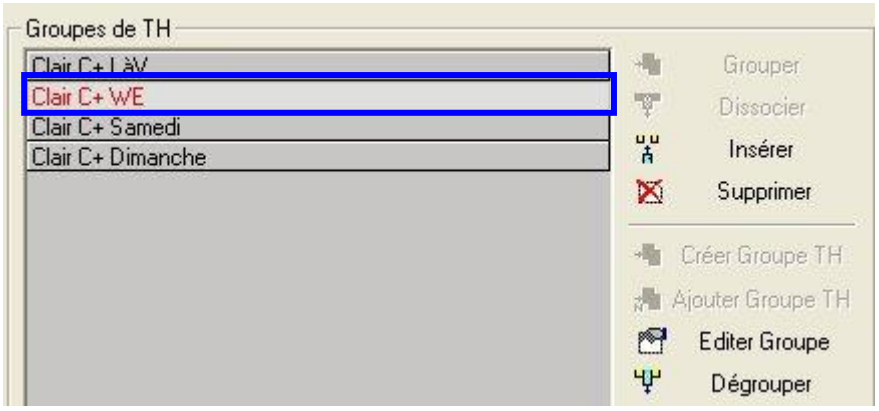
Mediametrie



L'option "**Ajouter Groupe de TH**" est dégrisée. Cliquer alors sur l'option "**Ajouter Groupe de TH** ". La fenêtre suivante apparaît :

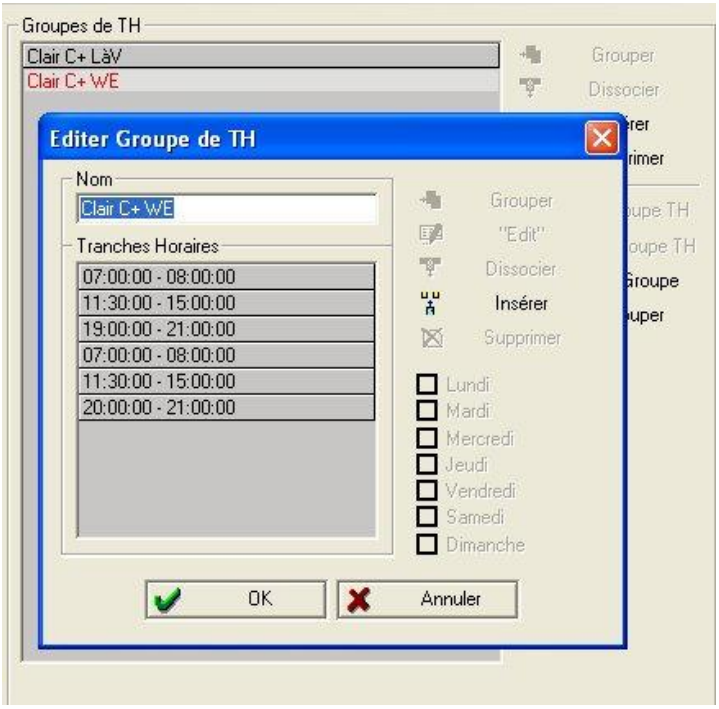
Entrer un nom pour ce nouveau groupe de tranches horaires. Puis cliquer sur "**OK**".

Les deux groupes de tranches horaires sont alors fusionnés. Un nouveau groupe de tranches horaires est alors créé (Ici Clair C+ WE). Les deux groupes de tranches horaires initiaux sont conservés dans la sélection.



Pour vérifier le contenu de ce nouveau groupe de tranches horaires, sélectionner le groupe puis cliquer sur l'option "**Editer Groupe**". La fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



3.3.4. Tableau de résultats

3.3.4.1. Exemple de tableau de résultats obtenu

Données en entrée
Période : Mois de septembre Médiamat 2007
Cible : Individus de 4 ans et plus
Chaîne : Canal+
Groupe de TH : Clair C+ LàV : Clair C+ Samedi ; Clair C+ Dimanche

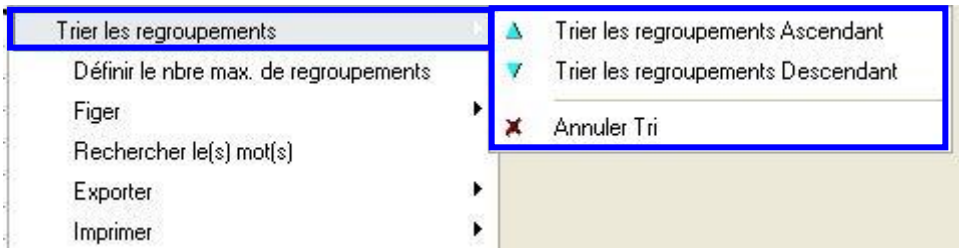
Tableau de résultats obtenu

	Canal+
	Ind4+
	TM%
Clair C+ LàV	0,9
Clair C+ Samedi	0,8
Clair C+ Dimanche	1,2

3.3.4.2. Les options du tableau de résultats > Clic Droit

> Trier les regroupements

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



L'option "Trier les regroupements" permet de trier les regrouper les regroupements en fonction du résultat de la ligne "Totaux" de chaque regroupement.

	Autres TV Ind4+	[TOTAL]
	TM%{Moy}	TM%{Moy}
21:00:00 - 22:00:00	7.9	7.9
22:00:00 - 23:00:00	5.7	5.7
20:00:00 - 21:00:00	5.4	5.4
19:00:00 - 20:00:00	4.9	4.9
18:00:00 - 19:00:00	4.1	4.1
23:00:00 - 24:00:00	3.5	3.5
17:00:00 - 18:00:00	3.1	3.1
16:00:00 - 17:00:00	2.3	2.3
14:00:00 - 15:00:00	2.2	2.2
12:00:00 - 13:00:00	2.1	2.1
15:00:00 - 16:00:00	2.1	2.1
13:00:00 - 14:00:00	2.0	2.0
24:00:00 - 25:00:00	1.6	1.6
11:00:00 - 12:00:00	1.3	1.3
09:00:00 - 10:00:00	1.3	1.3
10:00:00 - 11:00:00	1.2	1.2
08:00:00 - 09:00:00	1.2	1.2
07:00:00 - 08:00:00	1.1	1.1
25:00:00 - 26:00:00	0.9	0.9
06:00:00 - 07:00:00	0.6	0.6
26:00:00 - 27:00:00	0.5	0.5
03:00:00 - 04:00:00	0.4	0.4
05:00:00 - 06:00:00	0.3	0.3
04:00:00 - 05:00:00	0.2	0.2
[TOTAL]	2.3	2.3

- Comme pour l'option "Trier les événements", il est possible d'appliquer un tri ascendant ou un tri descendant.

- Pour annuler le tri appliqué, clic droit et sélection de l'option "Trier les regroupements", puis "Annuler Tri".

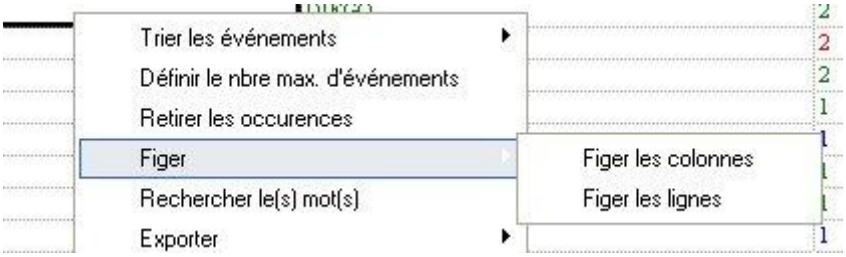
A NOTER
Toutes ces options peuvent également être appliquées au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Figer

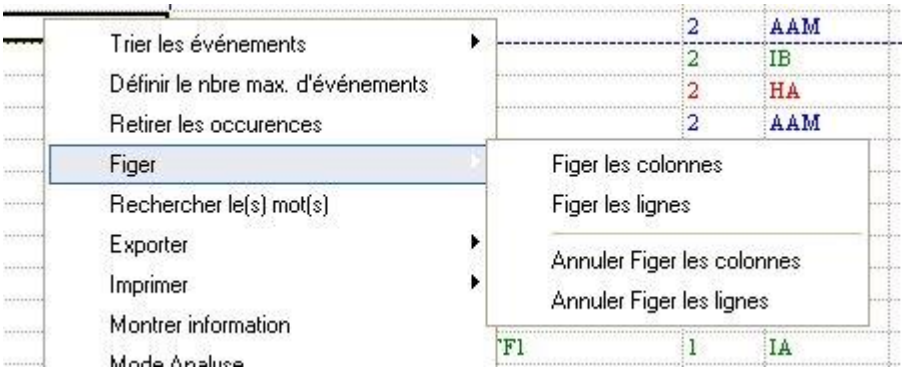
L'option "Figer" permet de reproduire une fonctionnalité propre à Excel, à savoir figer les lignes et les colonnes.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

En cliquant sur cette option, le menu suivant apparaît :



- Sélectionner alors l'option à appliquer.
- Pour annuler le mode figer, appliquer à nouveau un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner les options "Annuler".



> Exporter

Il est possible d'exporter les résultats sous Excel et sous Texte.

Copier = permet de copier les cellules sélectionnées uniquement (les entêtes de lignes et de colonnes ne seront pas reprises dans l'export).

Copier Spécial = permet de copier les cellules sélectionnées ainsi que les entêtes de lignes et de colonnes

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également de copier et d'appliquer un copier spécial (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

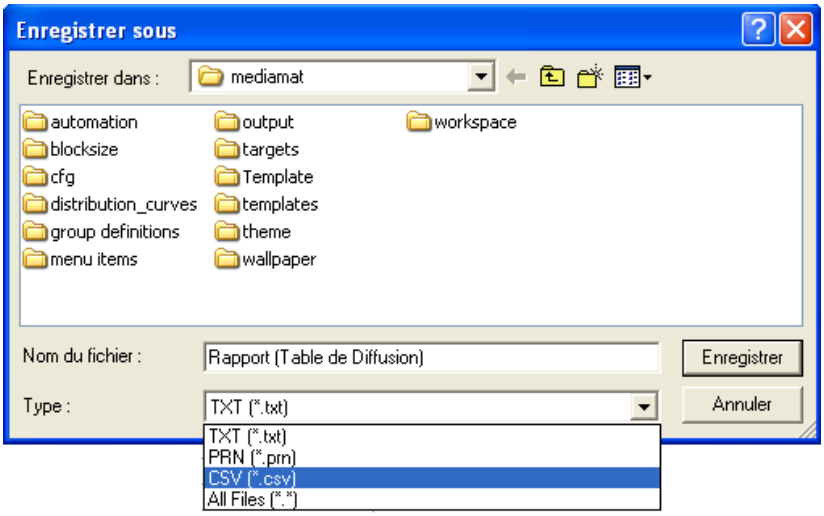
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

=> Ou bien cliquer sur l'option "**Editer**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :

Exporter vers… = Le fichier Excel/Texte n'est pas ouvert, l'application *MMW* propose alors de l'enregistrer dans le répertoire souhaité.

A NOTER

Pour exporter un fichier au format .CSV, sélectionner l'option « **Exporter vers… Txt** », la fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner le format .CSV ainsi que le répertoire où sera exporté le fichier puis cliquer sur le bouton « Enregistrer ».

Ouvrir vers… = Le fichier Excel/Texte est automatiquement ouvert.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également :

- **D'exporter sous Excel et Texte (de gauche à droite)**
- **D'ouvrir sous Excel et Texte (de gauche à droite)**

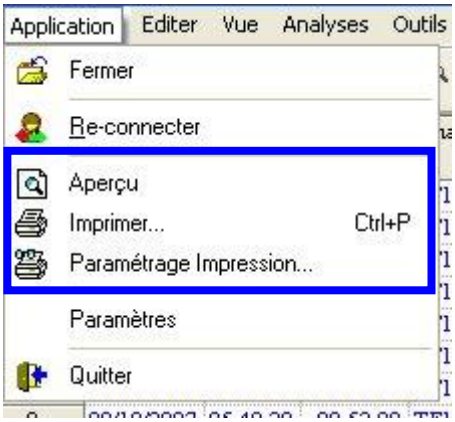
> Imprimer

Appliquer un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner l'option "**Imprimer**", le menu suivant apparaît :

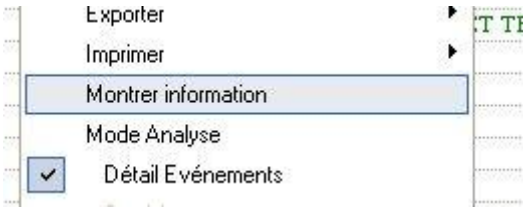
=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'imprimer et de lancer un aperçu avant impression (de gauche à droite), pour cela cliquer sur les icônes suivants :

=> Ou bien cliquer sur l'option "**Application**" de la barre horizontale de menu, le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

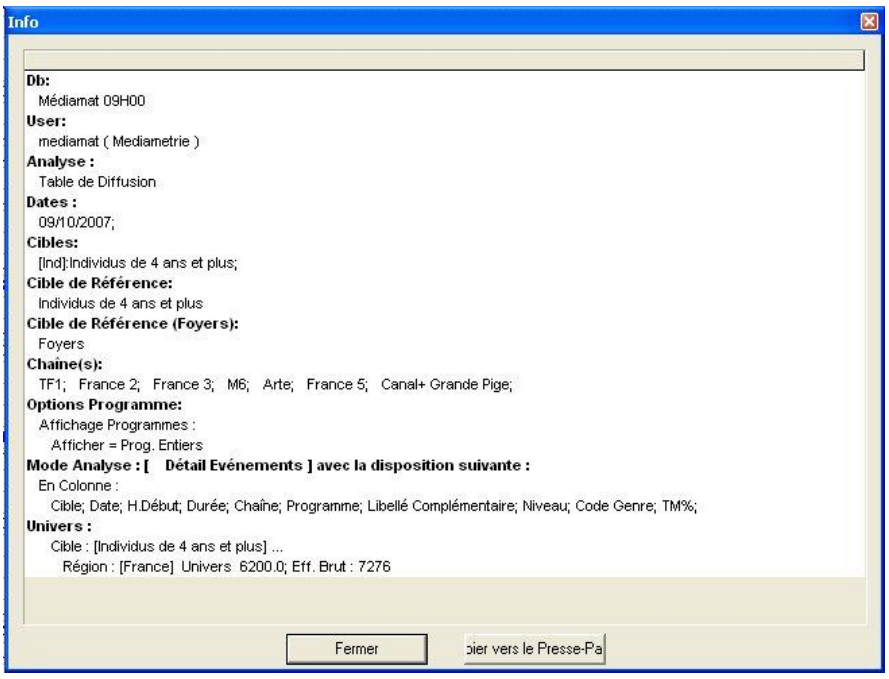


> Montrer Information



Cette option permet d'afficher une fenêtre récapitulant tous les paramètres appliqués dans l'analyse en cours (période d'analyse, cible(s), chaîne(s), filtres programme, disposition…).

En sélectionnant cette option, la fenêtre suivante apparaît :


Info
Db:
Médiamat 09H00
User:
mediamat (Mediametrie)
Analyse :
Table de Diffusion
Dates :
09/10/2007;
Cibles:
[Ind]:Individus de 4 ans et plus;
Cible de Référence:
Individus de 4 ans et plus
Cible de Référence (Foyers):
Foyers
Chaine(s):
TF1; France 2; France 3; M6; Arte; France 5; Canal+ Grande Pige;
Options Programme:
Affichage Programmes :
Afficher = Prog. Entiers
Mode Analyse : [Détail Evénements] avec la disposition suivante :
En Colonne :
Cible; Date; H.Début; Durée; Chaîne; Programme; Libellé Complémentaire; Niveau; Code Genre; TM%;
Univers :
Cible : [Individus de 4 ans et plus] ...
Région : [France] Univers 6200.0; Eff. Brut : 7276
Fermer
pier vers le Presse-Pa

=> La barre horizontale d'icônes de l'application *MMW* permet également d'afficher les informations

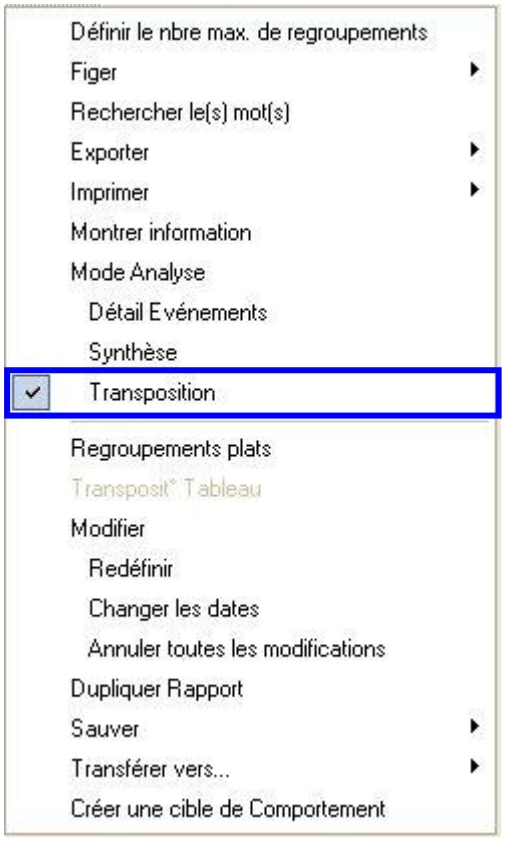
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

A NOTER
Ces informations figureront également au niveau des exports et des impressions.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Transposition (Mode Analyse)

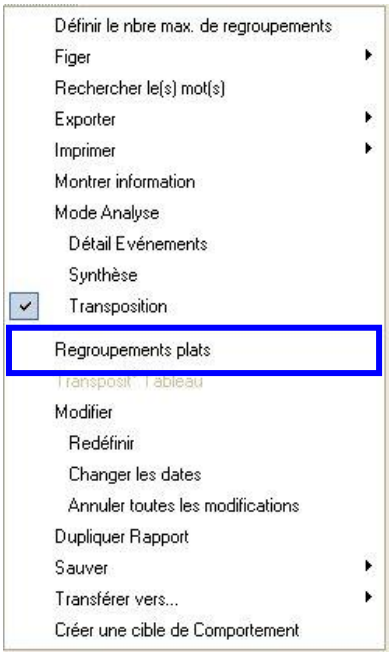


Le mode analyse "Transposition" est propre à l'analyse standard "Minute à Minute" puisqu'elle permet de placer tous les champs en ligne ou en onglet. Elle permet également d'appliquer une superposition de colonnes.

A NOTER
Cette option peut également être appliquée au niveau de la sélection (Axe "Disposition").

> Regroupements plats

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Cette option permet d'obtenir la mise en page suivante :

Mode "Transposition" normal :

	Autres TV Ind4+ TM%{Moy}
03:00:00 - 04:00:00	0.4
04:00:00 - 05:00:00	0.2
05:00:00 - 06:00:00	0.3
06:00:00 - 07:00:00	0.6
07:00:00 - 08:00:00	1.1
08:00:00 - 09:00:00	1.2
09:00:00 - 10:00:00	1.3
10:00:00 - 11:00:00	1.2
11:00:00 - 12:00:00	1.3
12:00:00 - 13:00:00	2.1
13:00:00 - 14:00:00	2.0
14:00:00 - 15:00:00	2.2
15:00:00 - 16:00:00	2.1
16:00:00 - 17:00:00	2.3
17:00:00 - 18:00:00	3.1
18:00:00 - 19:00:00	4.1
19:00:00 - 20:00:00	4.9
20:00:00 - 21:00:00	5.4
21:00:00 - 22:00:00	7.9
22:00:00 - 23:00:00	5.7
23:00:00 - 24:00:00	3.5
24:00:00 - 25:00:00	1.6
25:00:00 - 26:00:00	0.9
26:00:00 - 27:00:00	0.5

Mode "Transposition" > Regroupements plats :

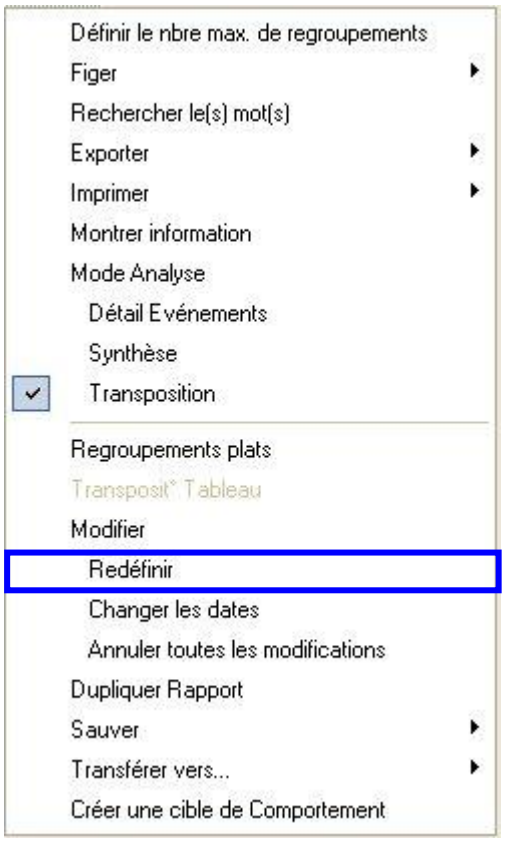
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Tranche Horaire	Autres TV Ind4+ TM% {Moy}
1	03:00:00 - 04:00:00	0.4
2	04:00:00 - 05:00:00	0.2
3	05:00:00 - 06:00:00	0.3
4	06:00:00 - 07:00:00	0.6
5	07:00:00 - 08:00:00	1.1
6	08:00:00 - 09:00:00	1.2
7	09:00:00 - 10:00:00	1.3
8	10:00:00 - 11:00:00	1.2
9	11:00:00 - 12:00:00	1.3
10	12:00:00 - 13:00:00	2.1
11	13:00:00 - 14:00:00	2.0
12	14:00:00 - 15:00:00	2.2
13	15:00:00 - 16:00:00	2.1
14	16:00:00 - 17:00:00	2.3
15	17:00:00 - 18:00:00	3.1
16	18:00:00 - 19:00:00	4.1
17	19:00:00 - 20:00:00	4.9
18	20:00:00 - 21:00:00	5.4
19	21:00:00 - 22:00:00	7.9
20	22:00:00 - 23:00:00	5.7
21	23:00:00 - 24:00:00	3.5
22	24:00:00 - 25:00:00	1.6
23	25:00:00 - 26:00:00	0.9
24	26:00:00 - 27:00:00	0.5

> Redéfinir (Modifier)

L'option "Redéfinir" permet de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Disposition" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.

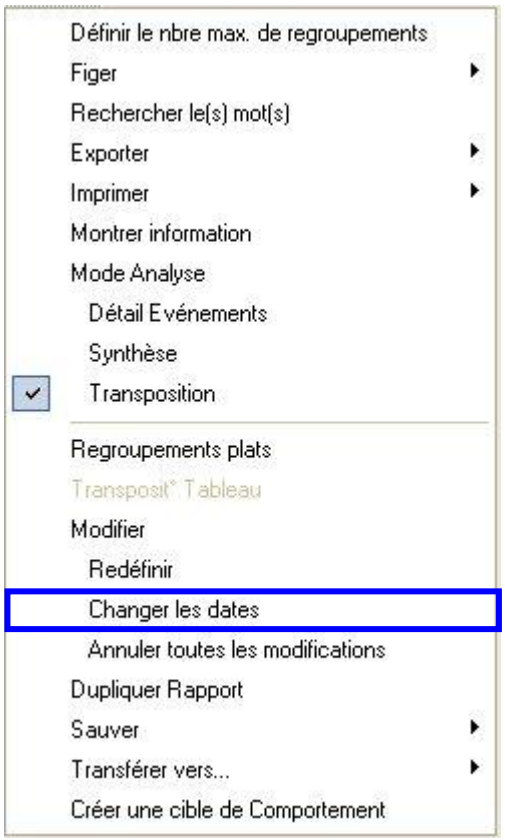
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Changer les dates (Modifier)

L'option "Changer les dates" permet elle aussi de modifier le paramétrage de l'analyse en cours.
En effet, en cliquant sur cette option, la fenêtre "Dates" du module de sélection apparaît. Les paramétrages correspondent à ceux appliqués par l'utilisateur avant le lancement du calcul. L'utilisateur peut alors modifier les trois axes de sélection (Dates, Filtre et Disposition) s'il le souhaite et relancer le calcul.
La nouvelle analyse obtenue remplace alors la précédente analyse. La précédente analyse n'est donc pas conservée, elle est automatiquement supprimée.

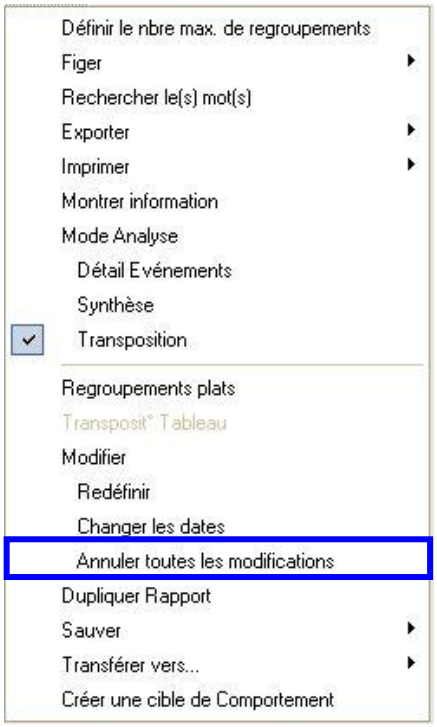
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



> Annuler toutes les modifications (Modifier)

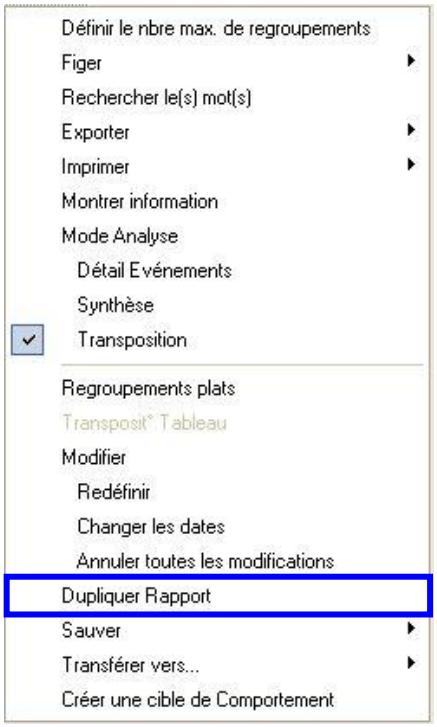
L'option "Annuler toutes les modifications" permet de retrouver le premier tableau de résultats obtenu et donc d'annuler toutes les éventuelles modifications qui auraient pu être apportées (ajout cible, ajout indicateur, placement de disposition différent, application d'un tri…).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



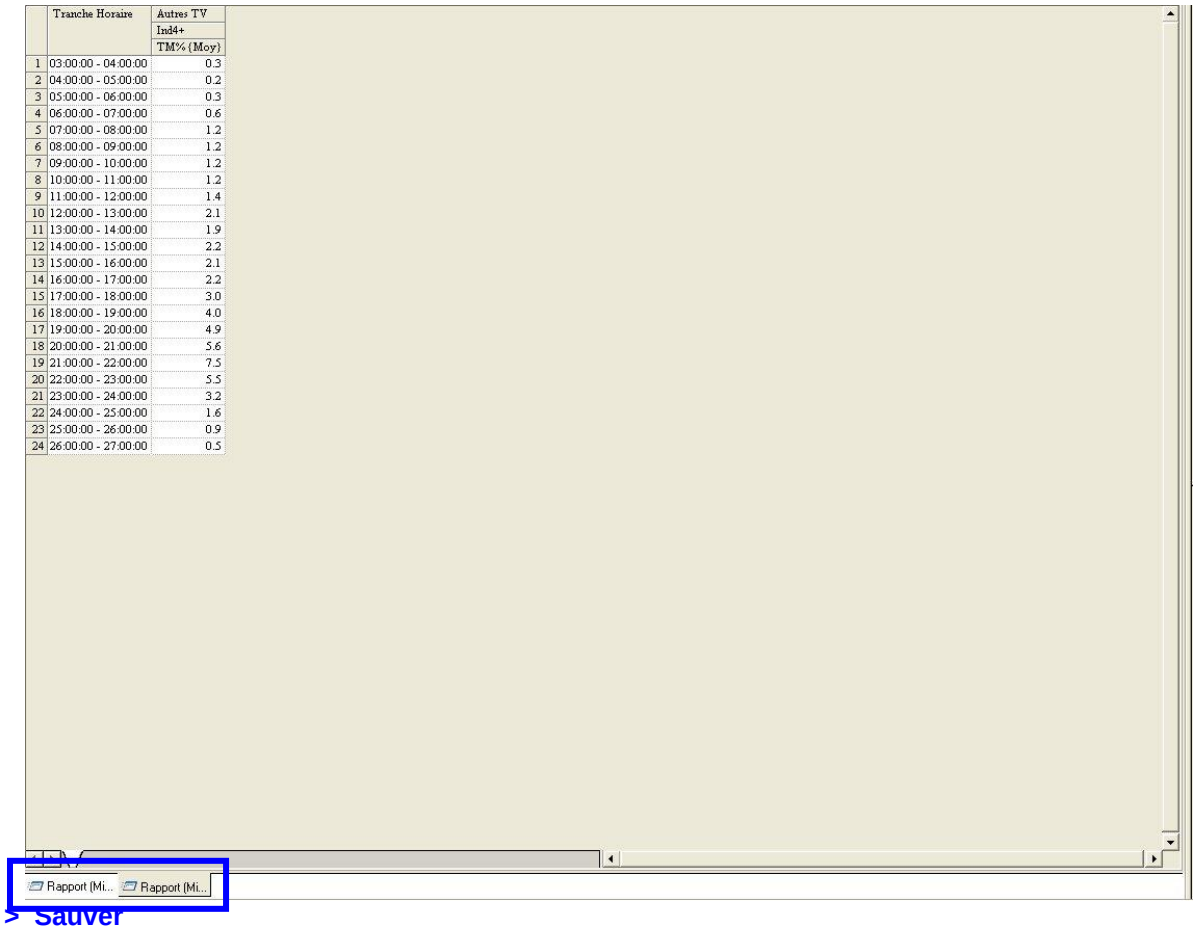
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Dupliquer Rapport



L'option "Dupliquer Rapport" permet de copier l'analyse obtenue tout en modifiant éventuellement certains paramètres.
Elle correspond donc aux options "Redéfinir" et "Changer les dates" décrites précédemment mais contrairement à ces deux premières options, l'analyse initiale est conservée.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



	Tranche Horaire	Autres TV Ind4+ TM% {Moy}
1	03:00:00 - 04:00:00	0.3
2	04:00:00 - 05:00:00	0.2
3	05:00:00 - 06:00:00	0.3
4	06:00:00 - 07:00:00	0.6
5	07:00:00 - 08:00:00	1.2
6	08:00:00 - 09:00:00	1.2
7	09:00:00 - 10:00:00	1.2
8	10:00:00 - 11:00:00	1.2
9	11:00:00 - 12:00:00	1.4
10	12:00:00 - 13:00:00	2.1
11	13:00:00 - 14:00:00	1.9
12	14:00:00 - 15:00:00	2.2
13	15:00:00 - 16:00:00	2.1
14	16:00:00 - 17:00:00	2.2
15	17:00:00 - 18:00:00	3.0
16	18:00:00 - 19:00:00	4.0
17	19:00:00 - 20:00:00	4.9
18	20:00:00 - 21:00:00	5.6
19	21:00:00 - 22:00:00	7.5
20	22:00:00 - 23:00:00	5.5
21	23:00:00 - 24:00:00	3.2
22	24:00:00 - 25:00:00	1.6
23	25:00:00 - 26:00:00	0.9
24	26:00:00 - 27:00:00	0.5

Rapport (Mi... Rapport (Mi...

> Sauver

L'option "**Sauver**" permet :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

- d'enregistrer l'ensemble des paramétrages de l'analyse courante (enregistrement des 3 maquettes utilisées dans une analyse : Disposition / Filtre / Dates),
- d'enregistrer uniquement la maquette de Disposition utilisée dans le cadre de l'analyse courante,
- d'enregistrer uniquement la maquette de Filtre utilisée dans le cadre de l'analyse courante.

> Ajouter au Menu "Analyses" (Sauver)

La sélection de cette option fait apparaître la fenêtre suivante :

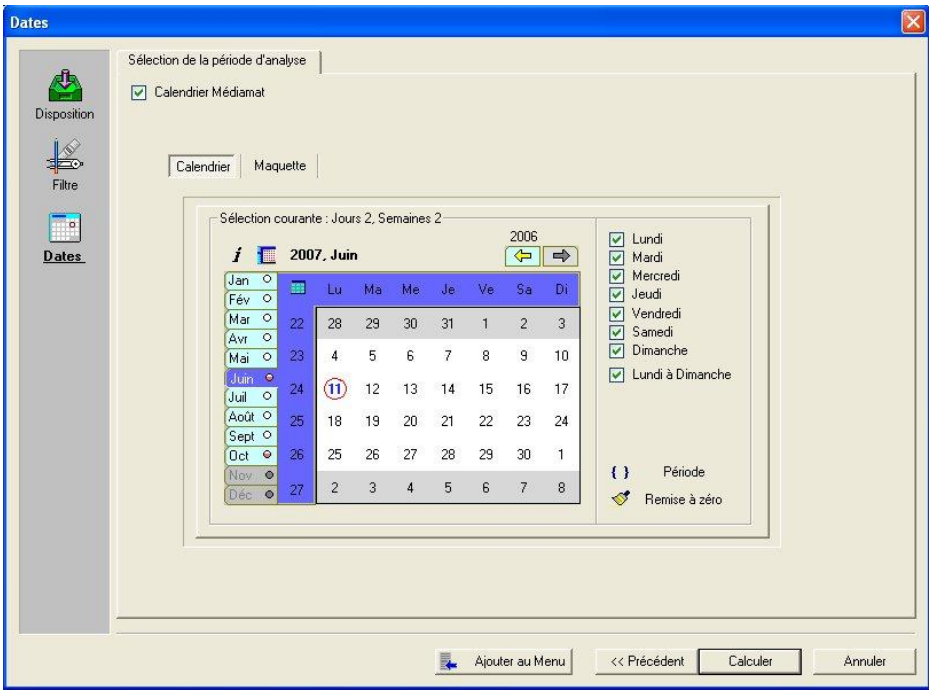
Entrer un nom pour l'analyse en cours et cliquer sur "**OK**". Puis, fermer l'analyse.

Pour ouvrir cette analyse enregistrée, sélectionner l'option "Analyses" de la barre horizontale de menu, puis l'option "Analyses Standard Utilisateur".

Les analyses enregistrées apparaissent alors dans ce menu. Dans cet exemple "Mon Analyse", sélectionner alors l'analyse enregistrée souhaitée, la fenêtre de sélection correspondant à cette analyse est alors automatiquement ouverte.

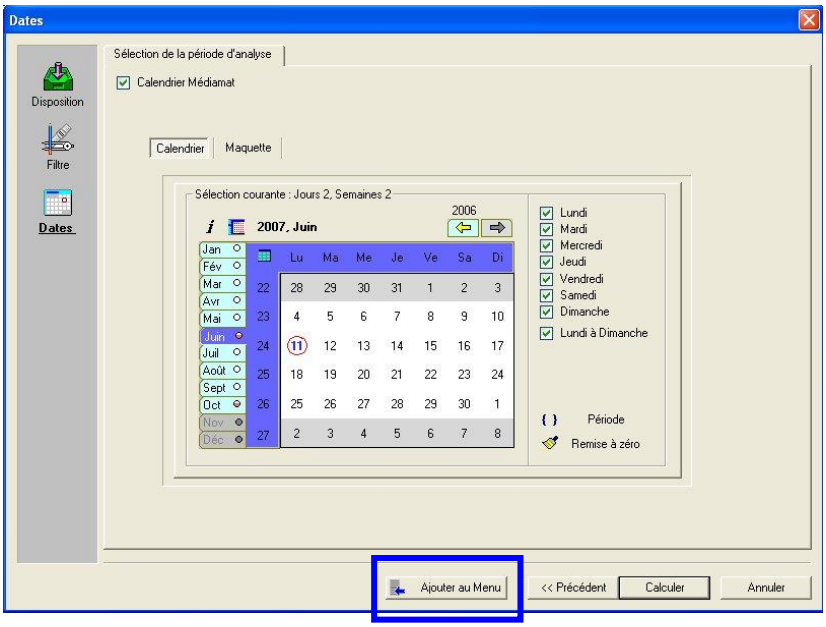
Il est alors possible de modifier le paramétrage appliqué lors de l'enregistrement ou bien de relancer l'analyse avec les paramètres initiaux (clic sur le bouton "Calculer").

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



A NOTER

L'option "Ajouter au Menu "Analyses"" est également disponible au niveau de la fenêtre "Définition de la requête" et ce quel que soit l'axe affiché (Dates/Filtre/Disposition). Il s'agit du bouton "Ajouter au Menu" suivant :

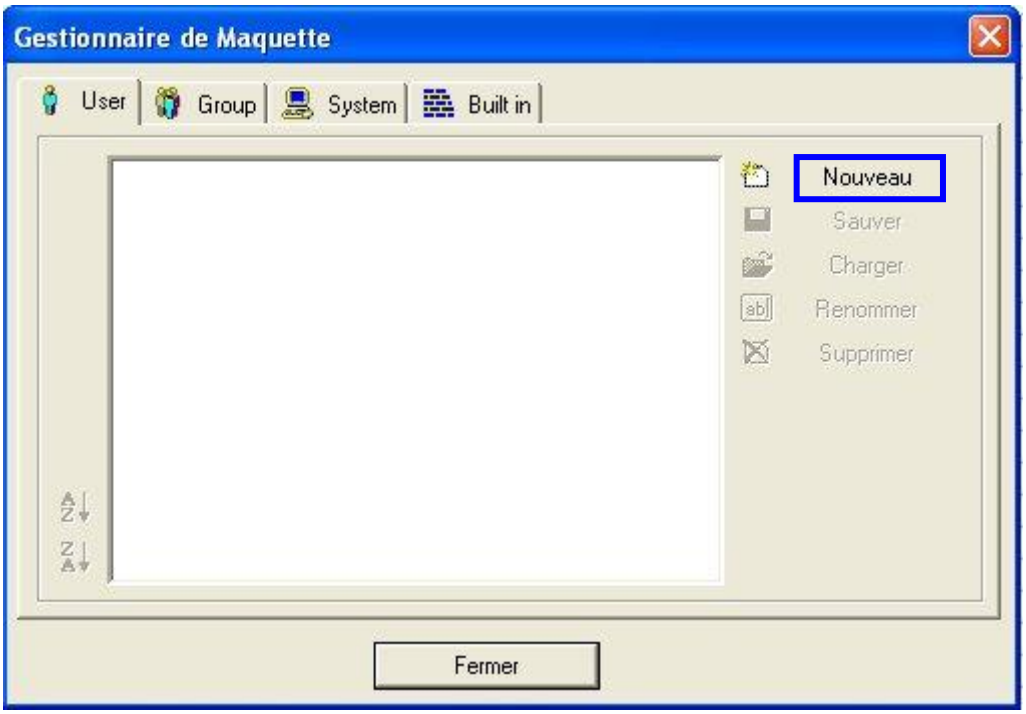


Il n'est donc pas nécessaire de lancer un calcul pour enregistrer l'ensemble des paramétrages d'une analyse.

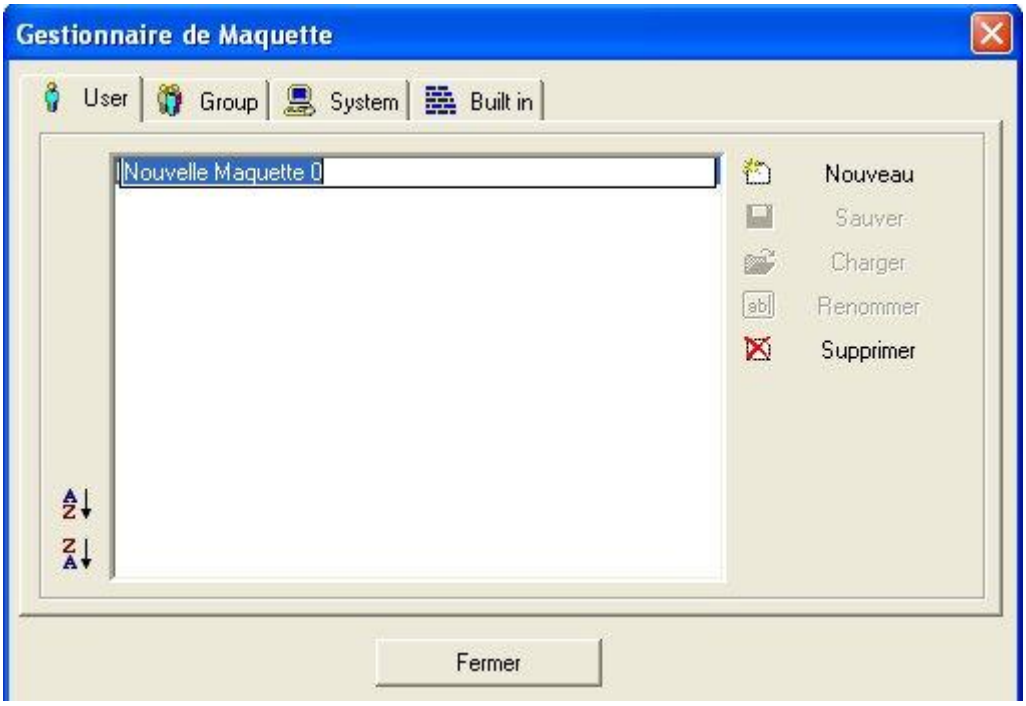
> Maquette courante de Disposition et Maquette courante de Filtre (Sauver)

La sélection de ces options fait apparaître la fenêtre suivante :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Cliquer alors sur le bouton "**Nouveau**"



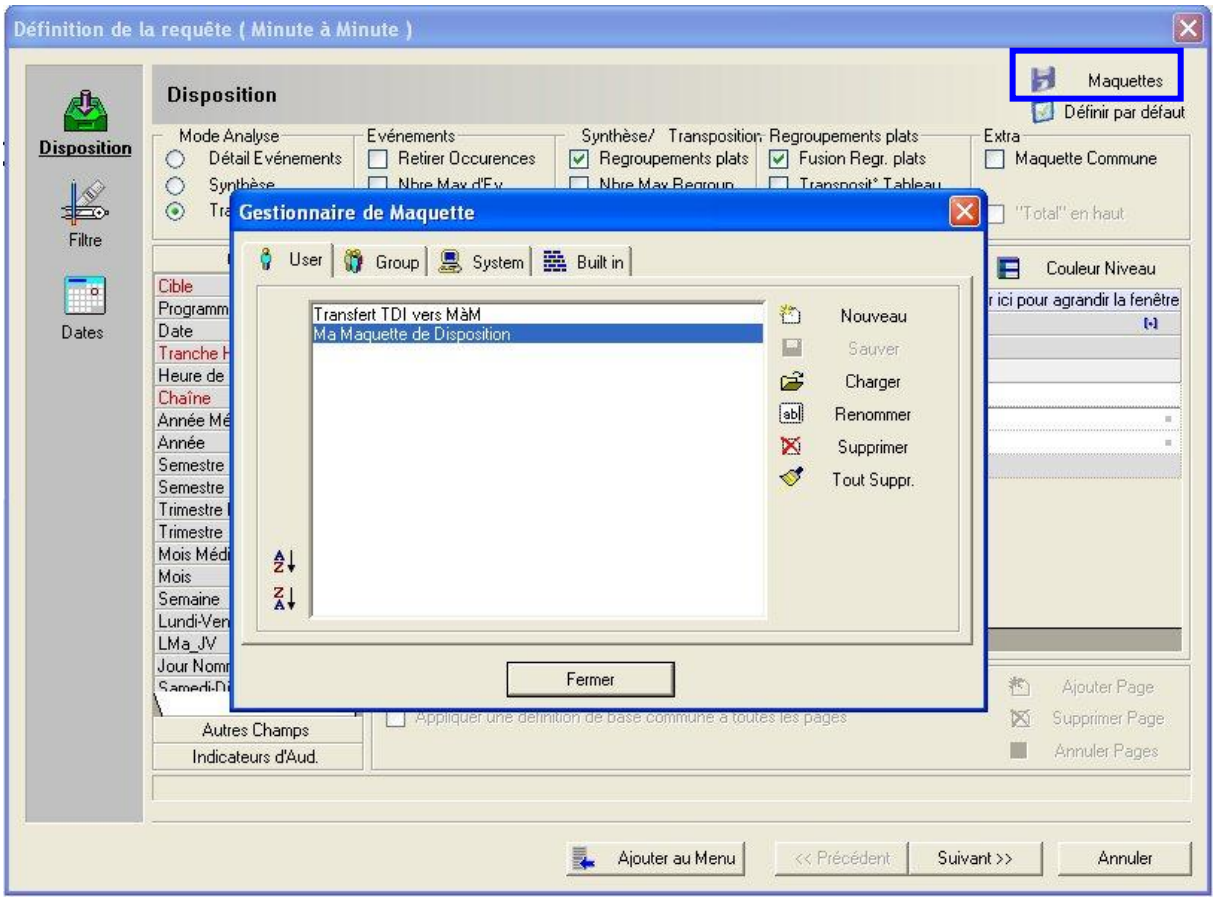
Entrer alors un nom pour cette maquette, ici "Ma Maquette de disposition" puis cliquer sur "**Fermer**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

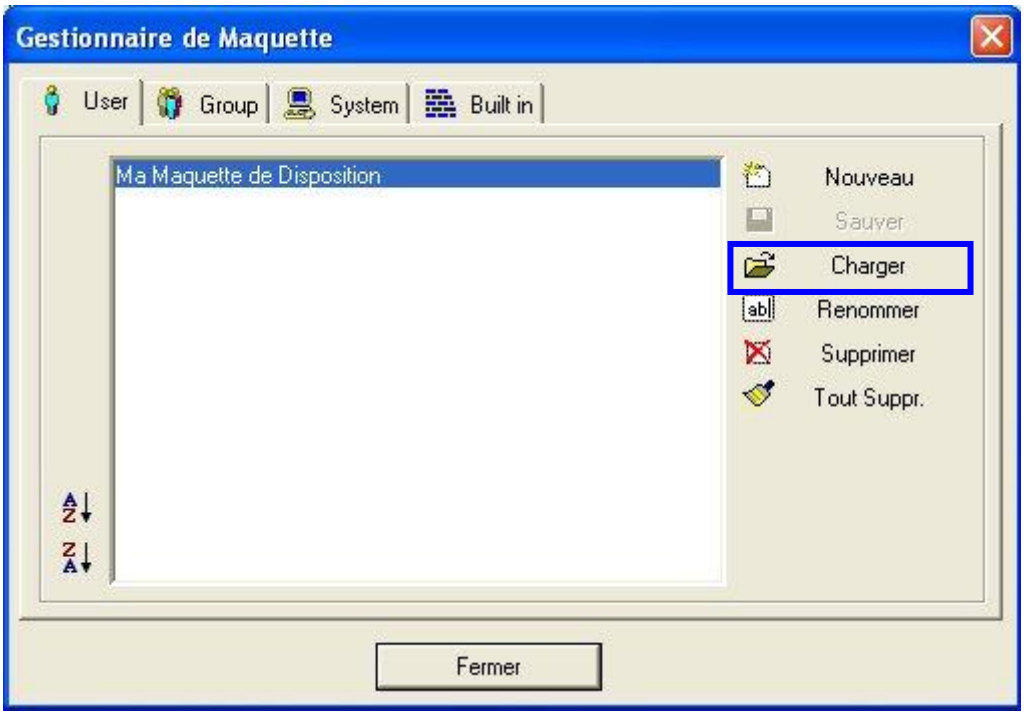
Mediametrie

La maquette de disposition utilisée dans l'analyse en cours est alors enregistrée.
Pour réutiliser ultérieurement cette maquette de disposition à partir du module de sélection. Cliquer sur le bouton "**Maquettes**".
La fenêtre suivante apparaît,

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Il suffit alors de sélectionner la maquette souhaitée et de cliquer sur le bouton "**Charger**".

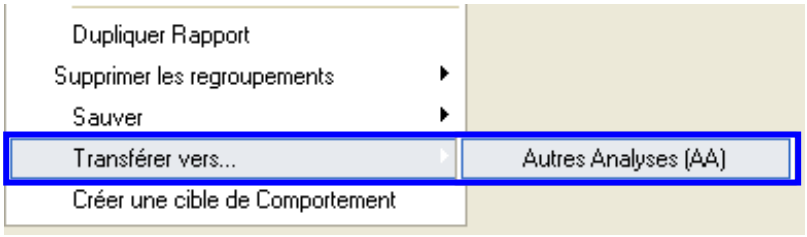


Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

La disposition définie lors de l'enregistrement de cette maquette est aussitôt appliquée dans cette nouvelle analyse.

> Transférer vers…



L'option "**Transférer vers…**" permet de transférer les événements sélectionnés au niveau du tableau de résultats vers d'autres analyses. Dans le cadre d'une analyse Standard « Tranches Horaires », il est possible de transférer les tranches horaires sélectionnées vers les Autres Analyses (AA) suivantes :

- Autres Analyses Standard (Structure d'Auditoire et Concurrence Frontale) (*CF paragraphe 3.1.*)
- Analyses de Comportement (*CF paragraphe 4.1.)*

> Créer une cible de Comportement

L'option «**Créer une cible de Comportement**» permet de créer la cible « Téléspectateurs et/ou Non Téléspectateurs d'un événement » au seuil de vision par défaut sans prise en compte des invités.

Seuil de vision par défaut :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

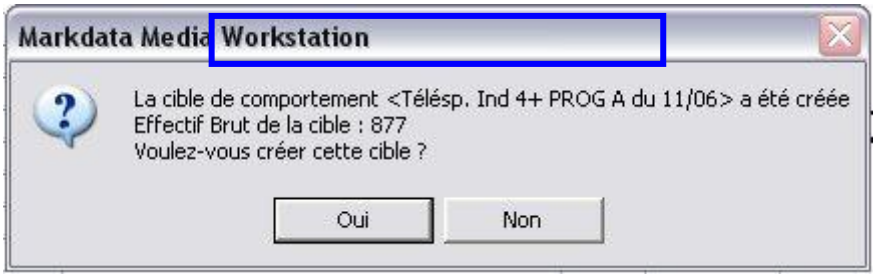
- **1 seconde pour les événements diffusés <u>avant le 29/12/2008</u>**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés <u>après le 29/12/2008</u>**

IMP
- Si l'utilisateur paramètre un seuil de vision prédéfini avec une valeur différente du seuil de vision par défaut (correspondant au jour de diffusion de l'événement sélectionné), celui-ci ne sera pas pris en compte dans la création de la cible de comportement.
Cette dernière comportera donc tous les téléspectateurs dont la durée d'écoute est au moins égale à la valeur du seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié.
- Si l'utilisateur sélectionne dans son analyse, une cible avec invités (Ex : Individus de 4 ans et plus), l'effectif de la cible de comportement créée à partir de cette cible ne comptera que des membres permanents du foyer (les invités habituels et occasionnels sont donc exclus de la cible).

Sélectionner une des cellules de la ligne de l'événement, appliquer un clic droit puis sélectionner l'option « Créer une cible de comportement ».

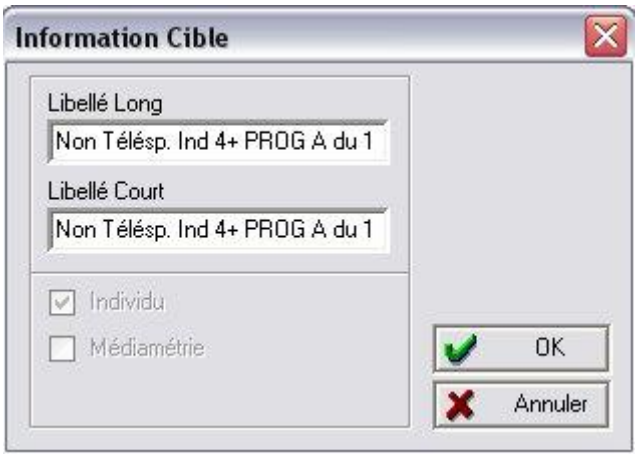
La fenêtre suivante apparaît, entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**OK**".

La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**".



L'application *MMW* propose alors de créer la cible complémentaire (en terme de comportement TV) de cette cible.
Entrer alors un libellé long et un libellé court pour cette cible puis cliquer sur "**Oui**".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



La fenêtre de confirmation de création apparaît, elle précise l'effectif brut de la cible à créer. Cliquer sur "**Oui**" si la création de la cible complémentaire est souhaitée.

A NOTER
Si l'utilisateur sélectionne plusieurs cellules relatives à différents événements, l'application *MMW* appliquera une union des différents téléspectateurs lors de la création de cible de comportement.

3.4. Analyse "Import d'Evénements"

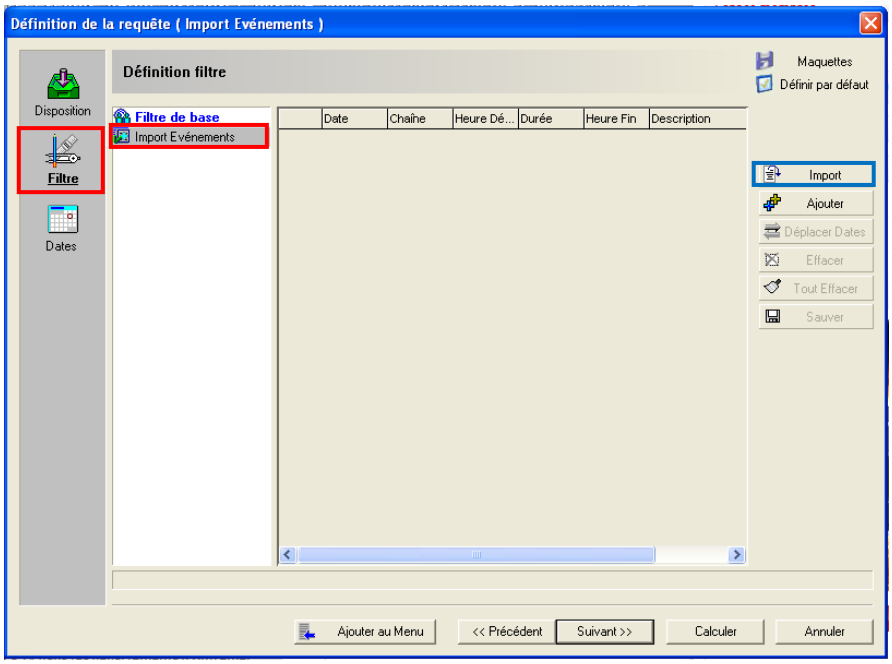
3.4.1. Généralités

Elle permet d'importer des événements (fichiers au format .EVT), cette fonctionnalité étant jusqu'à présent réservée au seul module « Autres Analyses ».
Cette nouvelle analyse utilise les bases répondants jours et propose les mêmes indicateurs que les analyses « Table de Diffusion » et « Minute à Minute » avec prise en compte de l'audience des invités pour les cibles qui en disposent.
Il est donc désormais possible de calculer un GRP, une audience moyenne « officielle » (base répondants jours, prise en compte des invités et précision à 6 décimales) à partir des analyses standard. Jusqu'à présent, la seule analyse proposant ce type de calcul était l'analyse « Concurrence Frontale ».
Cette nouvelle analyse sera donc très utile lors d'import de fichiers .EVT venant d'outils de Médiaplanning pour calcul du GRP, GRPE, Accu. GRP, Accu. GRPE

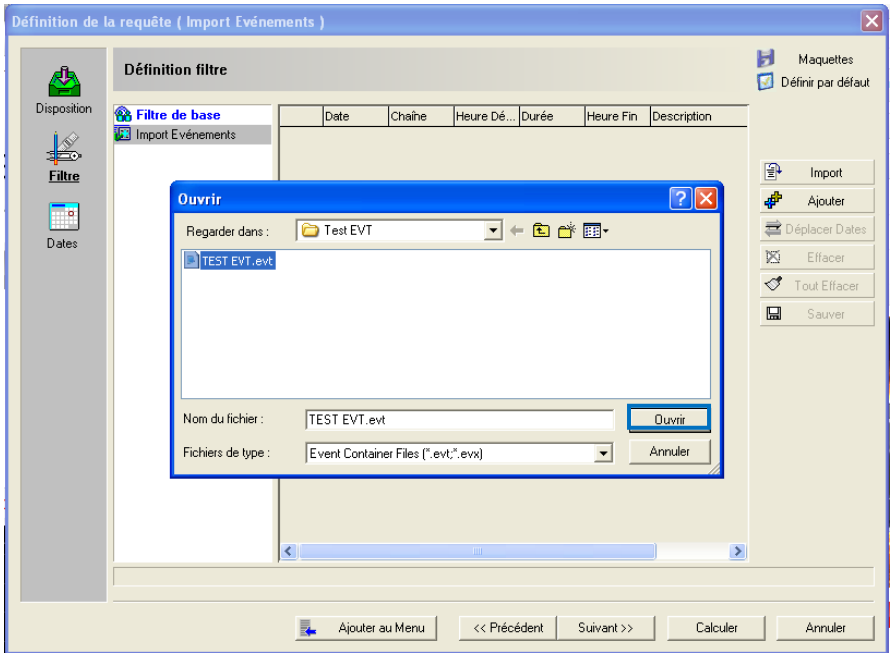
3.4.2. Paramétrage de l'analyse

Pour charger un panier d'événements dans cette analyse, cliquer sur l'axe « Filtre », sous-filtre « Import Evénements ».

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

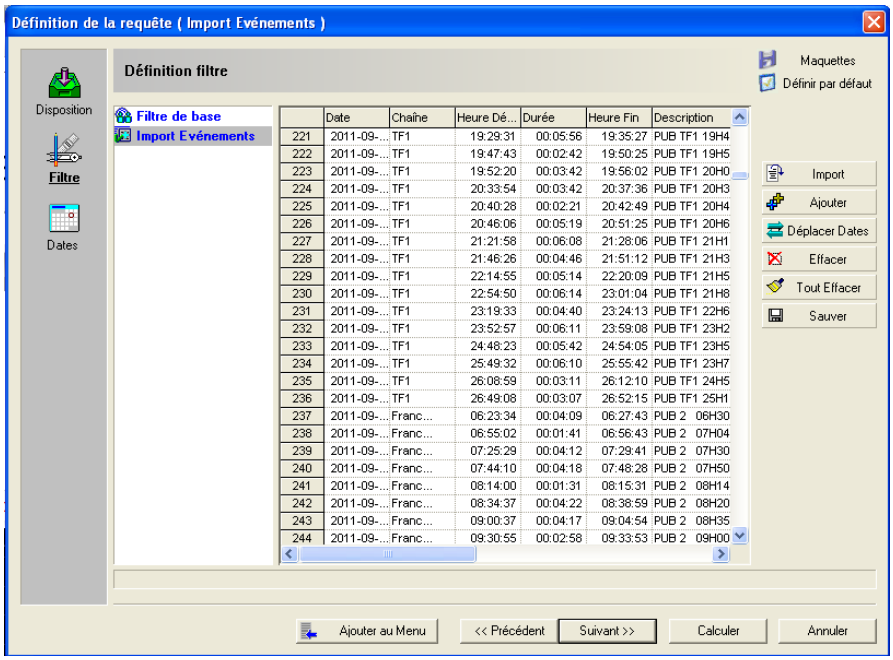


Puis cliquer sur le bouton « Import », la fenêtre suivante apparaît, sélectionner alors le fichier .EVT à charger puis cliquer sur « Ouvrir ».



Le container est alors automatiquement renseigné.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Il suffit ensuite de sélectionner une ou plusieurs cibles, un ou plusieurs modes d'audience, (sous-filtre « Filtre de Base ») et de sélectionner un ou plusieurs indicateurs au niveau de l'axe « Disposition ». D'une manière générale, cette analyse fonctionne comme les analyses Standard « Table de Diffusion », « Minute à Minute » et « Tranches Horaires ».

3.5. Autres Analyses Standard

3.5.1. Généralités

3.5.1.1. Transfert d'événements des analyses standard vers les autres analyses standard

Pour lancer les autres analyses standard "Structure d'Auditoire" et "Concurrence Frontale", il faut au préalable sélectionner des évènements de type "Programmes" et/ou "Tranches Horaires" à partir des analyses standard "Table de Diffusion" (Programmes) et "Minute à Minute" ou "Tranches Horaires" (Tranches Horaires). En effet, le menu "Autres Analyses (AA)" ne propose pas la sélection d'événements).

Pour transférer des événements des analyses standard vers les autres analyses standard, procédez comme-suit :

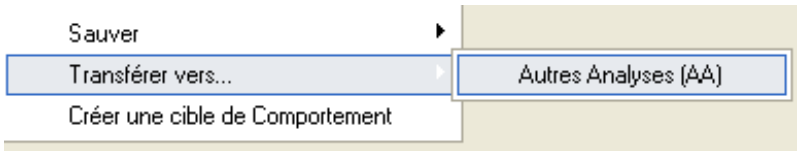
@ Transférer des événements de type "Programme" à partir d'une analyse "Table de Diffusion" :

- Lancer une analyse standard (Voir chapitre "Table de Diffusion").

A NOTER
Il n'est pas nécessaire d'obtenir des résultats d'audience pour transférer des programmes, les informations programmes suffisent.

- A partir du tableau de résultats obtenu, sélectionner la ou les lignes des programmes ou tranches horaires (à l'aide des touches "Ctrl" ou "Shift") à transférer vers une autres analyses standard puis effectuer un clic droit (au niveau de la zone sélectionnée).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



- Sélectionnez l'option "Transférer vers…" puis " Autres Analyses (AA)"

=> La fenêtre "Requête de Base" apparaît :

Elle permet de sélectionner :

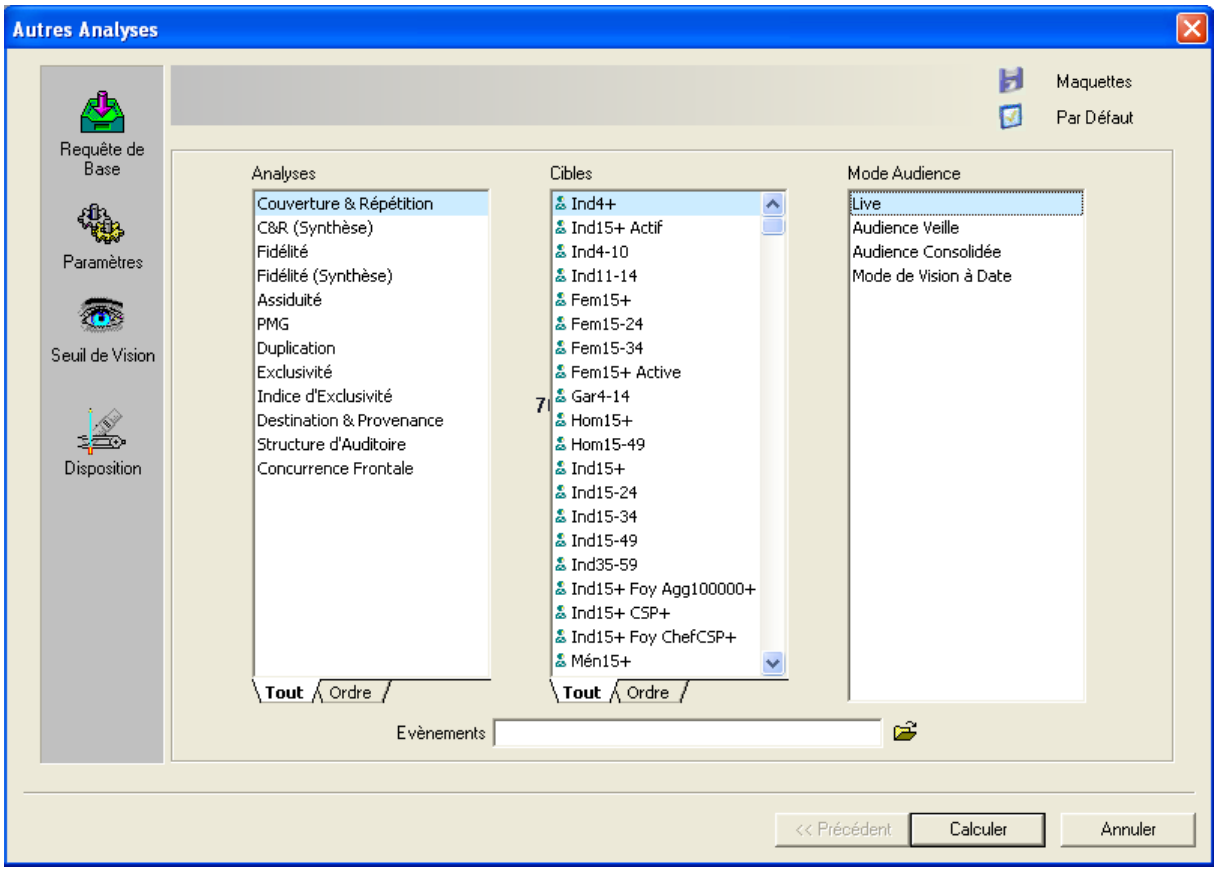
- Les autres analyses standard que l'utilisateur souhaite réaliser (la sélection peut donc être multiple)
- La ou les cibles à analyser

Il est possible ensuite d'appliquer des paramétrages à partir des sous-menus :
- Paramètres
- Disposition

(voir paragraphes suivants)

A NOTER
La fenêtre "Seuil de Vision" n'est pas utilisable dans le cadre des analyses "Structure d'Auditoire" et "Concurrence Frontale".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



=> Pour lancer une autre analyse standard, sélectionner l'analyse souhaitée ("Structure d'Auditoire" et/ou "Concurrence Frontale"). On obtient alors directement :
- un premier onglet qui correspond au Panier d'Evénements (les événements à analyser)
- un deuxième onglet qui propose le tableau de résultats de l'analyse sélectionnée. Pour lancer l'analyse il suffit de cliquer sur ce deuxième onglet.

> Choix du mode d'audience

A partir du 3 janvier 2011, l'étude Médiamat intègre l'audience en différé. En conséquence, l'application *MMW* propose quatre modes d'audience :
- Live
- Audience Veille
- Audience Consolidée
- Mode d'Audience à Date (valeur par défaut)

➲ Live : Mode d'audience historique

➲ Audience Veille
Live + VOSDAL
VOSDAL (View on Same Day As Live) = Il s'agit d'une session d'écoute qui a un décalage de plus de 60 secondes entre la diffusion du programme et le moment de visionnage de ce programme. Cette session d'écoute est réalisée le même jour que le jour de diffusion initiale du programme.

➲ Audience Consolidée
Live + VOSDAL + Audience Différé sur les 7 jours suivants
Il s'agit de l'audience en différé (> 60 secondes) après ré-affectation sur les 7 jours consécutifs à la diffusion.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

➲ Mode de Vision à Date

Ce mode permet d'agréger (moyenne ou somme) des résultats d'audience issus de différents modes. Ce mode est nécessaire lorsque l'Audience Consolidée d'une période n'est pas encore disponible et que l'on souhaite communiquer sur un résultat moyen portant en partie sur cette même période, il est autorisé d'utiliser les différents modes faisant foi publiés à date (utilisation de toutes les Audiences Consolidées disponibles et de la ou des Audiences Veille lorsque l'Audience Consolidée n'est pas disponible).

Exemple

Lancement du calcul le Jour 15 :

		Live	Audience Veille	Audience Consolidée	Mode de Vision à Date
Jour 1	Programme A	5,0	-	-	5,0
Jour 2	Programme A	4,5	-	-	4,5
Jour 3	Programme A	8,6	-	-	8,6
Jour 4	Programme A	7,9	8,1	8,2	8,2
Jour 5	Programme A	6,5	6,9	7,0	7,0
Jour 6	Programme A	5,9	6,1	6,3	6,3
Jour 7	Programme A	4,7	4,8	4,9	4,9
Jour 8	Programme A	7,7	7,8	-	7,8
Jour 9	Programme A	6,4	6,5	-	6,5
Jour 10	Programme A	7,2	7,5	-	7,5
Jour 11	Programme A	9,1	9,2	-	9,2
Jour 12	Programme A	6,7	6,9	-	6,9
Jour 13	Programme A	5,1	5,3	-	5,3
Jour 14	Programme A	7,5	7,6	-	7,6
MOYENNE		6,6	7,0	6,6	6,8

IMP

L'utilisateur a la possibilité de sélectionner un seul mode d'audience.
Les cibles de type « Foyer » ne proposent de résultats d'audience sur les modes en différé (Audience Veille, Audience Consolidée et Mode de Vision à Date).

A NOTER

Vous pouvez à tout moment modifier le contenu du panier d'événements :
- Supprimer des événements (clic droit dans le tableau)
- Tri (clic droit au niveau de la colonne à trier)
- Ajouter des évènements pour cela retourner sur l'analyse "Table de Diffusion" déjà ouverte, ou bien ouvrez une nouvelle "Table de Diffusion", Puis suivez le même mode de transfert. Les nouveaux événements transférés s'ajouteront alors automatiquement au panier d'événement déjà ouvert. Cliquez ensuite sur l'onglet "Autres Analyses" (bas d'écran) pour visualiser le nouveau panier d'événement).

Vous pouvez également transférer des événements de type "Tranche Horaire".

3.5.1.2. Axe « Disposition »

La fenêtre "Disposition" permet de paramétrer les dispositions de tableaux de résultats de chacune des autres analyses standard.
Par défaut, Médiamétrie a paramétré une disposition de référence ("Disposition de Référence") pour chacune des analyses.

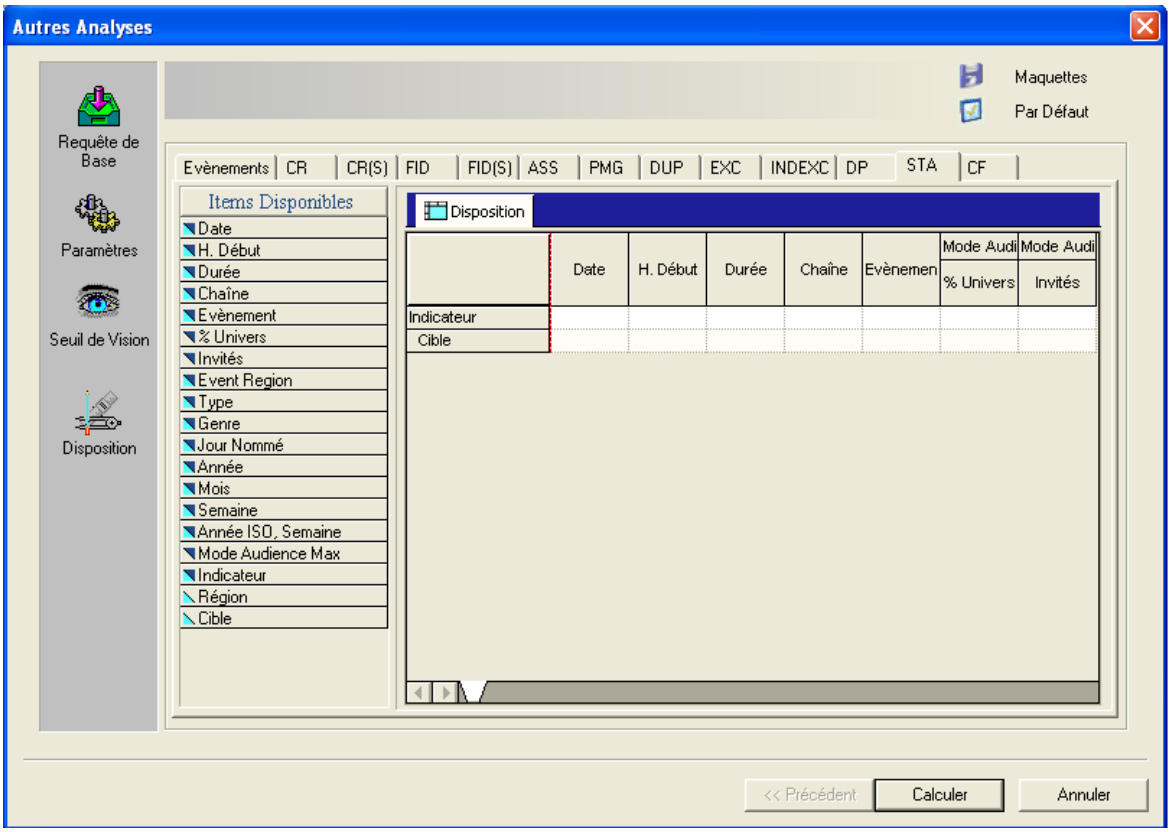
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- En ligne :
  La ou les cibles d'analyses
- En colonne :
  Les informations concernant les événements analysés
  . Date de diffusion
  . Heure de diffusion
  . Durée
  . Chaîne de diffusion
  . Evénement
  Les colonnes spécifiques (indicateurs) correspondant à chacune des analyses de comportement.

Il est possible à tout moment de modifier ces dispositions par défaut. Pour modifier une disposition, procéder ainsi :

1- Sélectionner l'analyse à modifier en cliquant sur l'onglet correspondant :

Signification des libellés d'onglet :
STA = Structure d'Auditoire
CF = Concurrence Frontale



Il est possible d'appliquer éventuellement des regroupements spécifiques en ligne.
La liste des axes que l'on peut placer dans le tableau de résultats figure à gauche de la disposition. Pour chacun des axes, il est précisé si le placement peut se faire soit en ligne soit en colonne soit les deux. Cette information est donnée à l'aide des icônes suivants :

Placement en ligne uniquement

Placement en colonne uniquement

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Placement en ligne ou colonne

Mode Audience Max
Pour chaque événement analysé, la colonne « Mode Audience Max » précisera le mode d'audience le plus large disponible pour sa journée de diffusion.

Ex :
Lancement d'un calcul le 12/01/2011 portant sur un programme quotidien sur la période 03/01/11 au 11/01/11
=> Panier d'événement obtenu :

	Date	H. Début	Durée	Chaine	Evènement	Mode Audience Max
1	03/01/2011				Evénement 1	Audience Consolidée
2	04/01/2011				Evénement 2	Audience Consolidée
3	05/01/2011				Evénement 3	Audience Veille
4	06/01/2011				Evénement 4	Audience Veille
5	07/01/2011				Evénement 5	Audience Veille
6	08/01/2011				Evénement 6	Audience Veille
7	09/01/2011				Evénement 7	Audience Veille
8	10/01/2011				Evénement 8	Audience Veille
9	11/01/2011				Evénement 9	Audience Veille

J-8 à J-9

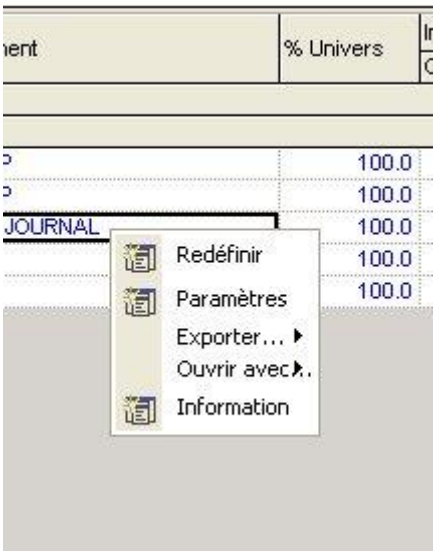
J-1 à J-7

3.5.1.3. Axe « Seuil de vision »

Les analyses "Structure d'Auditoire" et « Concurrence Frontale » ne sont pas impactées par le paramétrage du seuil de vision proposé dans cet axe. Pour appliquer un seuil de vision, utilisez les seuils de vision prédéfinis (CF paragraphes 3.4.2.1. et 3.4.3.1).

3.5.1.4. Les options des tableaux de résultats > Clic Droit

Pour modifier les paramétrages de l'analyse obtenue. Effectuer un clic droit à partir du tableau de résultats de l'analyse puis sélectionner l'option "Redéfinir". Il est alors possible de modifier les paramétrages spécifiques de chacune des analyses en cliquant sur "Paramètres" (CF paragraphes suivants).



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

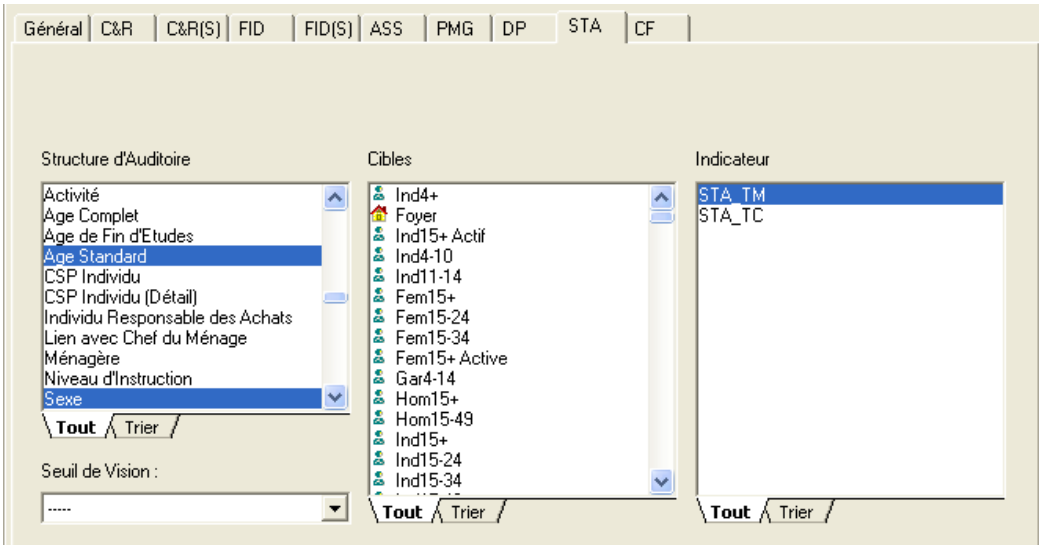
3.5.2. Analyse « Structure d'Auditoire »

L'analyse de STRUCTURE D'AUDITOIRE donne la structure des différents indicateurs sélectionnés (STA_TM et/ou STA_TC) selon les variables du Panel que vous avez choisies.
Pour chaque indicateur, on verra apparaître en colonnes toutes les variables du Panel sélectionnées.

IMP
Cette analyse n'utilise pas le panel constant comme base de travail, mais la base répondant jour comme les analyses "Table de Diffusion" et "Minute à Minute".
C'est uniquement pour des raisons fonctionnelles que cette analyse figure au même niveau que les analyses de comportement. En effet, le mode de sélection des événements (Programmes / Tranches Horaires) est identique à celui des analyses de comportement. Il faut donc au préalable utiliser les analyses standard pour sélectionner des événements puis les transférer vers une analyse "Structure d'Auditoire".

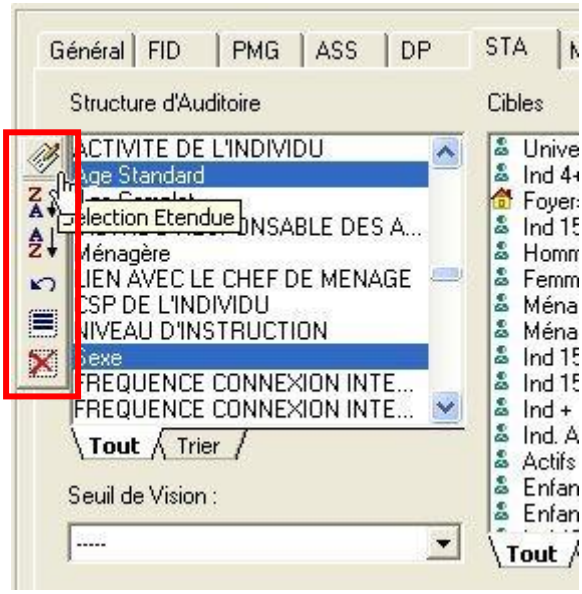
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.5.2.1. Axe « Paramètres » : Paramétrages Spécifiques



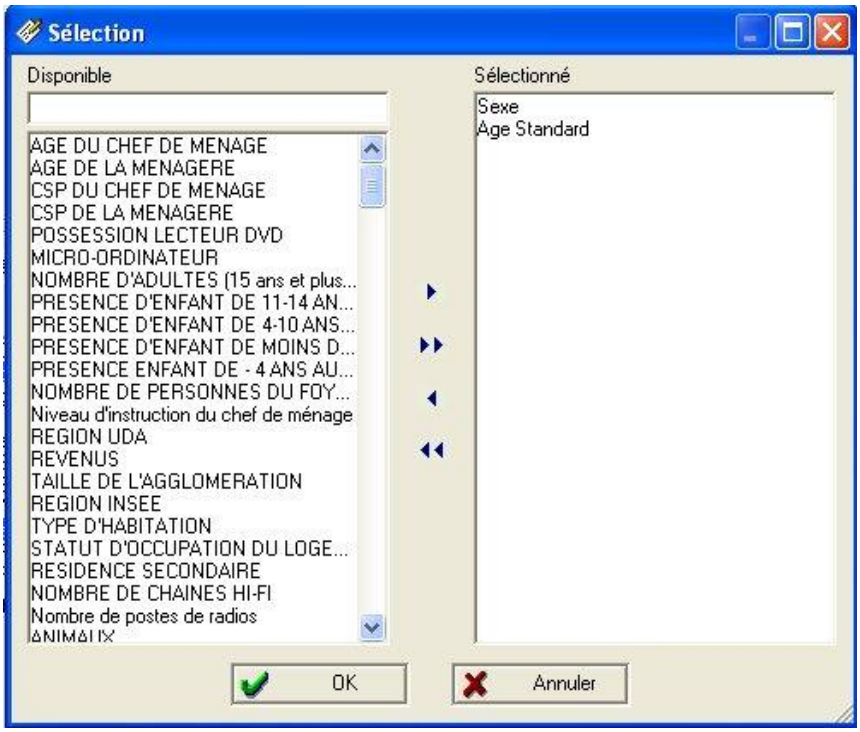
> Variables du panel ("Structure d'Auditoire")
Valeurs par défaut = Age Standard, Sexe

La sélection des variables du panel peut être simplifiée par la fonctionnalité "Sélection Etendue". Pour cela, glissez votre souris sur la liste de choix, le menu suivant apparaît :



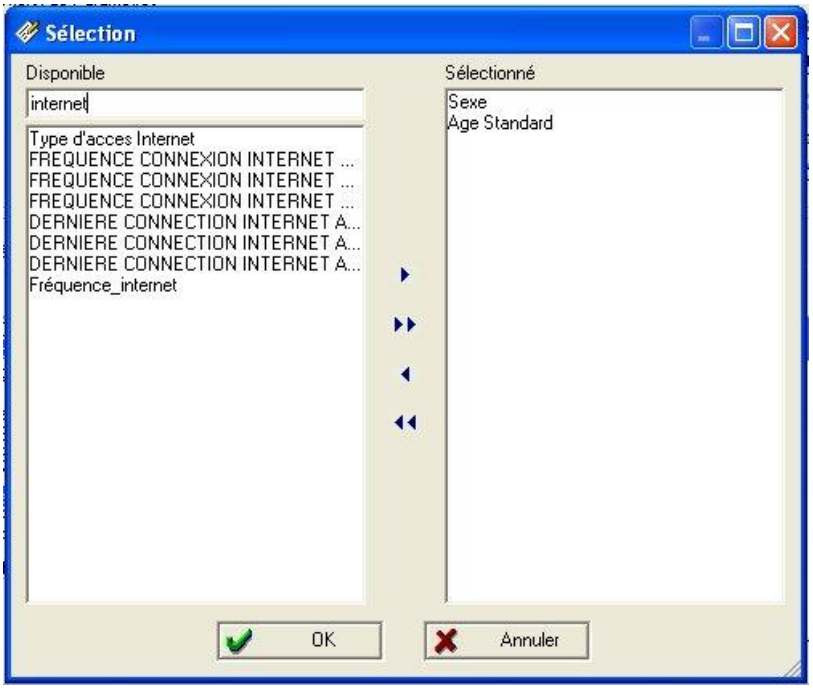
Sélectionnez l'option "**Sélection Etendue**" (1er icône du menu), la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Entrez alors dans la zone "Disponible" une chaîne de caractères correspondant à une partie d'un libellé de variables.

Par exemple, recherche des variables en rapport avec "Internet"



Un filtre est automatiquement appliqué sur le mot "internet", la base comporte 8 variables en rapport avec "internet", vous pouvez alors sélectionner la ou les variables sur lesquelles vous souhaitez analyser la structure d'auditoire en double-cliquant sur chacune d'elles ou bien en les sélectionnant

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

puis en cliquant sur la flèche "simple". La flèche "double" permet la sélection de toutes les variables proposées.

A NOTER
La sélection étendue est proposée dans toutes les listes de choix de l'application *MMW*. C'est donc le cas pour les chaînes et les cibles.

> Cibles
Valeur par défaut = Aucune cible par défaut

La sélection de cibles dans cette liste permet de calculer une structure d'auditoire par cibles.

A NOTER
La sélection d'au moins une variable du panel est obligatoire.

Ex :
- Cible d'Analyse (fenêtre "Requête de base") — Ind 4+
- Cible de Référence (fenêtre "Paramètres" > "Général") — Ind 4+
- Cibles pour la structure d'auditoire (fenêtre "Paramètres" > "STA") — Enfants 4-10, Enfants 11-14, Ind 15+
- Variable du panel (fenêtre "Paramètres" > "STA") — Sexe

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		Sexe		Enfants 4-10	Enfants 11-14	Ind 15+
								Oui	Non	Masculin	Féminin			
Ind 4+														
Ind 4+-STA_TM - Eff. Pondéré [6213.3]														
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	43.9	56.1	1.6	1.2	97.2
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.9	97.1	42.7	57.3	1.7	1.3	97.0
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	4.5	95.5	43.7	56.3	6.0	3.2	90.9
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.1	96.9	44.3	55.7	1.9	1.0	97.1
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.5	96.5	44.6	55.4	1.4	0.9	97.7
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.8	97.2	46.7	53.3	3.9	2.2	93.9
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.1	97.9	49.1	50.9	5.9	2.8	91.3

Le 11/06/2007,
- **1,6%** des Ind 4+ téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" sont des enfants 4-10 ans ;
- **1,2%** des Ind 4+ téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" sont des enfants 11-14 ans ;
- **97,2%** des Ind 4+ téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" sont des individus 15+.

> Indicateur(s)
Valeur par défaut = STA_TM (Structure d'Auditoire en Taux Moyen)

Vous pouvez également sélectionner l'indicateur STA_TC (Structure d'Auditoire en Taux Cumulé)

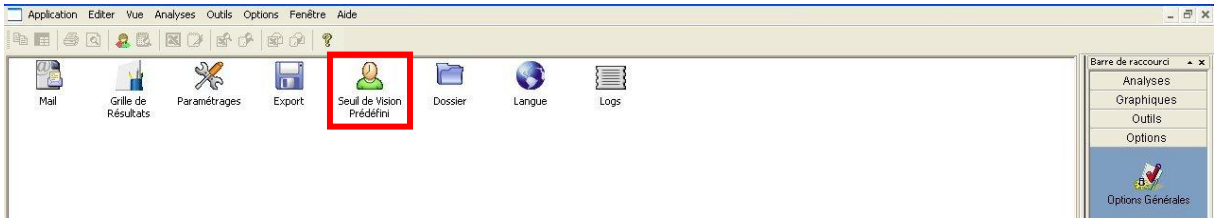
> Seuil de Vision Prédéfini
Valeur par défaut = Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié.("---")

Seuil de vision par défaut :
- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

Il est possible d'appliquer un seuil de vision prédéfini **sur le seul indicateur STA_TC%**. Pour cela, utiliser le menu déroulant "Seuil de vision".

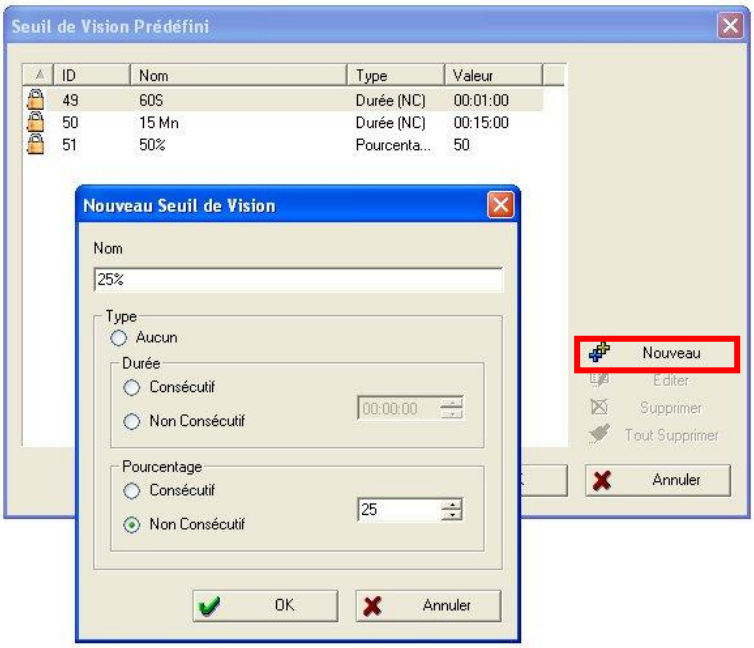
Pour prédéfinir au préalable ces seuils de vision, se rendre dans la barre de raccourci "Options" > Module "Options Générales"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Double-cliquer sur l'icône "**Seuil de Vision Prédéfini**"

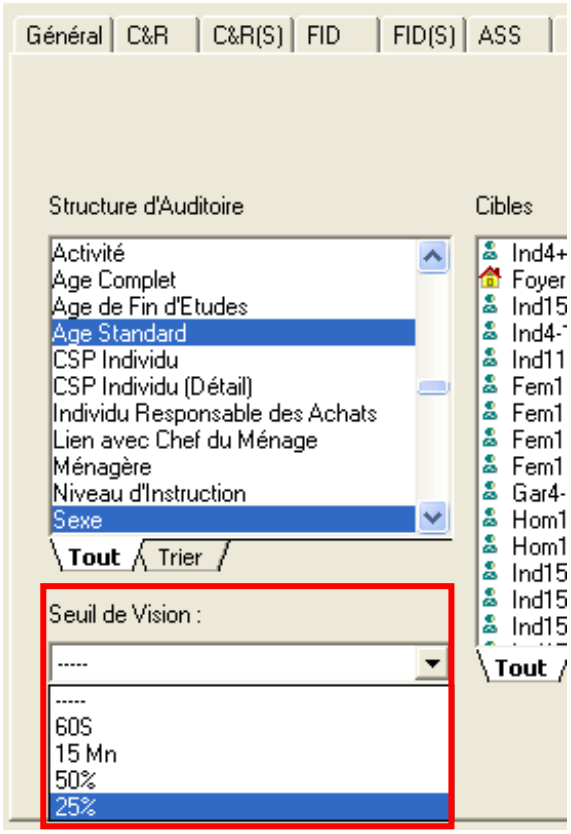
La fenêtre suivante apparaît, cliquer sur "**Nouveau**" pour créer un nouveau seuil de vision prédéfini :



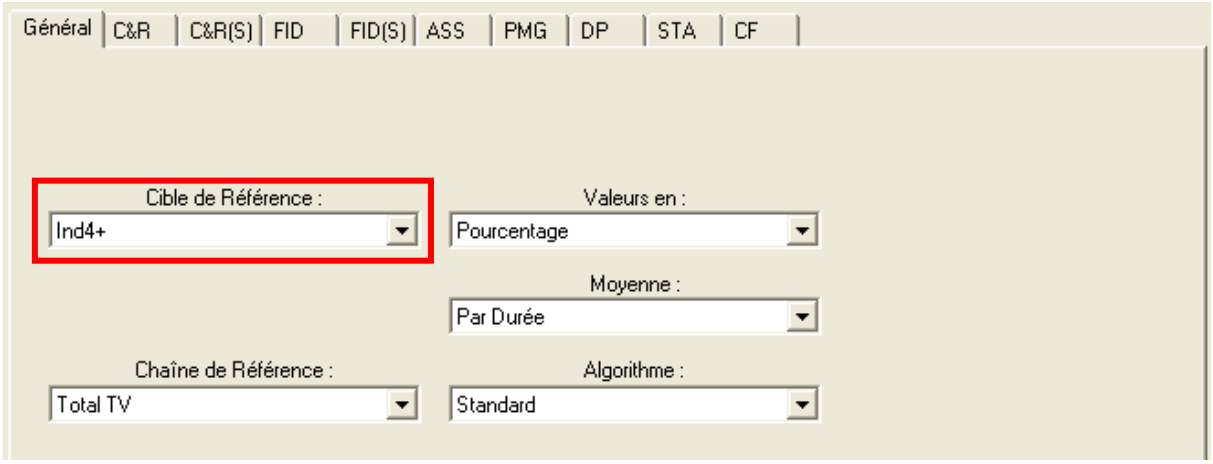
Pour créer un seuil de vision prédéfini de 25% non consécutif,
Sélectionnez le radio-bouton "Pourcentage > Non consécutif" et entrez la valeur "25" puis donnez lui un nom, ici : "25%".
Puis cliquez sur "**OK**".
Ce nouveau seuil de vision prédéfini apparaîtra désormais dans la liste de choix "Seuil de Vision" de l'onglet "STA" (fenêtre "Paramètres")

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



3.5.2.2. ***Axe « Paramètres » : Paramétrages Communs***



Valeur par défaut = Individus 4+ (Univers)

Vous avez la possibilité de modifier la cible de référence qui conditionne les valeurs de la colonne "%Univers" et le calcul de la structure d'auditoire (CF exemple d'interprétation de résultats paragraphe 3.4.2.3 > CAS 2 et 3).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.5.2.3. Interprétation des résultats

CAS 1 > DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 11/06/07 au 17/06/07
Chaînes	TF1
Cibles	**Individus de 4 ans et plus**
Evénements	TF1 13 Heures
Seuil de Vision	-
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut non modifiable) Seuil de vision prédéfini : Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié ("---"). Indicateurs : STA_TM et STA_TC **Cible de référence (% Univers) : Ind 4+ (valeur par défaut)** Variable du panel : Sexe
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		Sexe	
								Oui	Non	Homme	Femme
Individus de 4 ans et plus											
Individus de 4 ans et plus-STA_TM - Eff. Pondéré [6213.3] - Effectif Brut [7388]											
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	43.9	56.1
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.9	97.1	42.7	57.3
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	4.5	95.5	43.7	56.3
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.1	96.9	44.3	55.7
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.5	96.5	44.6	55.4
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.8	97.2	46.7	53.3
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.1	97.9	49.1	50.9
Moy.							100.0	2.3	96,9	44.5	55.5
Individus de 4 ans et plus-STA_TC - Eff. Pondéré [6213.3] - Effectif Brut [7388]											
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	45.1	54.9
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.0	97.0	42.6	57.4
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	4.0	96.0	45.4	54.6
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	45.1	54.9
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.9	96.1	45.0	55.0
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	3.1	96.9	48.9	51.1
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.6	97.4	49.3	50.7
Moy.							100.0	2.4	96,9	45.8	54.2

6213,3 et 7388 ➡ 6213,3 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré moyen du panel sur la période d'analyse
7388 Individus de 4 ans et plus : Effectif brut moyen du panel sur la période d'analyse

100 ➡ La cible analysée "Ind 4+" représente 100% de la cible de référence (% Univers). Dans cet exemple, l'univers correspond à la cible "Ind 4+"

44,6 et 55,4 ➡ **Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TM% (STA_TM)**
L'auditoire du programme "TF1 13 Heures" du 15/06/07 est composé de 44,6% d'hommes et de 55,4% de femmes. Le profil de ce programme est donc plus féminin.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

=> Il s'agit du profil des téléspectateurs pondéré par leur durée de vision de chacun des programmes.

45,0 et 55,0

Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TC% (STA_TC)

L'auditoire du programme "TF1 13 Heures" du 15/06/07 est composé de 45,0% d'hommes et de 55,0% de femmes. Le profil de ce programme est donc plus féminin.

=> Il s'agit du profil des téléspectateurs ayant vu au moins 1 seconde de chacun des programmes (seuil de vision appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié).

4,5 et 95,5

Information sur la présence d'invités pour la cible Individus de 4 ans et plus le 13/06/2007
- 95,5 % des Ind 4+ sont des membres du foyer
- 4,5 % des Ind 4+ sont des invités

44,5 et 55,5

Structure d'Auditoire Moyenne basée sur l'indicateur TM% (STA_TM)

L'auditoire moyen du programme "TF1 13 Heures" sur la période du 11/06 au 17/06/2007 est composé de 44,5% d'hommes et de 55,5% de femmes. Le profil moyen de ce programme est donc plus féminin.

CAS 2 > DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 11/06/07 au 17/06/07
Chaînes	TF1
Cibles	**Individus de 15 ans et plus**
Evénements	TF1 13 Heures
Seuil de Vision	-
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut non modifiable) Seuil de vision prédéfini : Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié ("---"). Indicateurs : STA_TM et STA_TC **Cible de référence (% Univers) : Individus de 15 ans et plus** Variable du panel : Sexe

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Disposition Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		Sexe	
								Oui	Non	Masculin	Féminin
Ind 15+											
Ind 15+-STA_TM	Eff. Pondéré [5329.4]										
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.3	97.7	43.5	56.5
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.8	97.2	42.1	57.9
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.3	96.7	42.2	57.8
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.1	96.9	43.7	56.3
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.3	96.7	44.3	55.7
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.3	97.7	45.9	54.1
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.1	97.9	48.8	51.2
Ind 15+-STA_TC	Eff. Pondéré [5329.4]										
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.1	97.9	44.3	55.7
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.6	97.4	41.6	58.4
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.3	96.7	43.8	56.2
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	44.3	55.7
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.3	96.7	44.6	55.4
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.3	97.7	48.0	52.0
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.6	97.4	48.8	51.2

5329,4 → 5329,4 Individus de 15 ans et plus : Effectif pondéré moyen du panel sur la période d'analyse.

100 → La cible analysée "Individus de 15 ans et plus" représente 100% de la cible de référence (% Univers). Dans cet exemple, l'univers correspond à la cible "Individus de 15 ans et plus".

44,3 et 55,7 → **Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TM% (STA_TM)**

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Sur 100 Individus de 15 ans et plus téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" diffusé le 15/06/07, 44,3% sont des hommes et 55,7% sont des femmes.
=> Il s'agit du profil des téléspectateurs pondéré par leur durée de vision de chacun des programmes.

44,6 et 55,4 ➡ **Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TC% (STA_TC)**

Sur 100 Individus de 15 ans et plus téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" diffusé le 15/06/07, 44,6% sont des hommes et 55,4% sont des femmes.
=> Il s'agit du profil des téléspectateurs ayant vu au moins 1 seconde de chacun des programmes (seuil de vision appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié).

3,3 et 96,7 ➡ Information sur la présence d'invités pour la cible Individus de 15 ans et plus le 13/06/2007
- 96,7 % des Ind15+ sont des membres du foyer
- 3,3 % des Ind15+ sont des invités

CAS 3 > DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 11/06/07 au 17/06/07
Chaînes	TF1
Cibles	**Individus de 15 ans et plus**
Evénements	TF1 13 Heures
Seuil de Vision	-
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut non modifiable) Seuil de vision prédéfini : Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié ("---"). Indicateurs : STA_TM et STA_TC **Cible de référence (% Univers) : Individus de 4 ans et plus (valeur par défaut)** Variable du panel : Sexe
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		Sexe	
								Oui	Non	Masculin	Féminin
Ind 15+											
Ind 15+-STA_TM	Eff. Pondéré [5329.4]										
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	97.2	2.2	95.0	42.3	54.9
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	97.0	2.7	94.3	40.8	56.2
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	90.9	3.0	87.9	38.4	52.5
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	97.1	3.0	94.1	42.4	54.7
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	97.7	3.3	94.4	43.3	54.5
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	93.9	2.2	91.8	43.1	50.8
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	91.3	1.9	89.5	44.6	46.7
Ind 15+-STA_TC	Eff. Pondéré [5329.4]										
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	95.8	2.0	93.8	42.5	53.4
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	95.2	2.5	92.7	39.6	55.6
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	88.1	2.9	85.2	38.6	49.5
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	94.9	2.4	92.5	42.0	52.9
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	95.7	3.2	92.6	42.7	53.1
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	91.3	2.1	89.2	43.8	47.4
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	90.2	2.4	87.8	44.0	46.2

5329,4

5329,4 Individus de 15 ans et plus : Effectif pondéré moyen du panel sur la période d'analyse.

90,9

Le 13/06/2007, la cible analysée "Individus de 15 ans et plus" représente 90,9% de la cible de référence (% Univers). Dans cet exemple, l'univers correspond à la cible "Individus de 4 ans et plus".

43,3 et 54,5

Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TM% (STA_TM)

Sur 100 Individus de 4 ans et plus téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" diffusé le 15/06/07, 43,3% sont des hommes de plus de 15 ans et 54,5% sont des femmes de plus de 15 ans.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Le 15/06/2007, les individus de 15 ans et plus (hommes et femmes confondus) représentent 97,7% de la cible de référence "Individus de 4 ans et plus" (43,3 + 54,5 ~= 97,7%).
=> Il s'agit du profil des téléspectateurs pondéré par leur durée de vision de chacun des programmes.

42,7 et 53,1

Structure d'Auditoire basée sur l'indicateur TC% (STA_TC)

Sur 100 Individus de 4 ans et plus téléspectateurs du programme "TF1 13 Heures" diffusé le 15/06/07, 42,7% sont des hommes de plus de 15 ans et 53,1% sont des femmes de plus de 15 ans.
Le 15/06/2007, les individus de 15 ans et plus (hommes et femmes confondus) représentent 95,7% de la cible de référence "Individus de 4 ans et plus" (42,7 + 53,1 ~= 95,7%).
=> Il s'agit du profil des téléspectateurs ayant vu au moins 1 seconde de chacun des programmes (seuil de vision appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié).

3,0 et 87,9

Information sur la présence d'invités pour la cible Individus de 4 ans et plus le 13/06/2007
- 87,9 % des Ind 4+ sont des Ind 15+ membres du foyer
- 3,0 % des Ind 4+ sont des Ind 15+ invités

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

L'analyse Structure d'Auditoire ne boucle pas à 100, Pourquoi ?

1/ Dans le cadre d'une analyse "Structure d'Auditoire" portant sur une cible avec invité **et** une variable avec invité, la somme des différentes modalités de cette variable est égale à 100.

C'est le cas dans l'exemple, ci-dessous, puisque la cible "Individus 4+" ainsi que la variable "Sexe" contiennent des invités :

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		Sexe	
								Oui	Non	Masculin	Féminin
Ind 4+											
Ind 4+-STA_TM - Eff. Pondéré [6213.3]											
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	43.9	56.1
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.9	97.1	42.7	57.3
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	4.5	95.5	43.7	56.3
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.1	96.9	44.3	55.7
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.5	96.5	44.6	55.4
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.8	97.2	46.7	53.3
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.1	97.9	49.1	50.9

=> La colonne "Invités" précise la part des invités (colonne "Oui") et celle des membres du foyer (colonne "Non").
L'audience des invités est, ici, prise en compte au niveau des modalités "Masculin" et "Féminin" de la variable "Sexe", la structure d'auditoire boucle correctement à 100.
Ex : Le 12/06/2007 : 42,7 + 57,3 = 100

2/ Dans le cadre d'une analyse "Structure d'Auditoire" portant sur une cible avec invité **et** une variable sans invité, la somme des différentes modalités de cette variable n'est pas égale à 100.

C'est le cas dans l'exemple, ci-dessous, puisque la cible "Individus 4+" contient des invités alors que la variable "CSP Individu" n'en contient pas :

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	% Univers	Invités		CSP Individu		
								Oui	Non	CSP+	CSP-	Inactifs
Ind 4+												
Ind 4+-STA_TM - Eff. Pondéré [6213.3]												
1	11/06/2007	12:58:45	00:41:01	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.5	97.5	10.3	21.4	65.9
2	12/06/2007	12:58:59	00:36:56	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	2.9	97.1	9.9	20.8	66.4
3	13/06/2007	12:58:48	00:37:50	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	4.5	95.5	9.9	21.3	64.3
4	14/06/2007	12:58:52	00:38:38	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.1	96.9	8.8	22.8	65.3
5	15/06/2007	12:58:46	00:36:18	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100.0	3.5	96.5	9.3	21.7	65.4
6	16/06/2007	12:58:45	00:26:00	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.8	97.2	13.6	25.2	58.3
7	17/06/2007	12:58:50	00:18:29	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	100.0	2.1	97.9	14.6	25.4	57.9

=> La colonne "Invités" précise la part des invités (colonne "Oui") et celle des membres du foyer (colonne "Non").
La colonne "Oui" contient donc le poids des invités pour lesquels on ne peut pas calculer leur structure d'auditoire.".
L'audience des invités n'est, ici, pas prise en compte au niveau des modalités "CSP+", "CSP-" et "Inactifs" de la variable "CSP Individus", la structure d'auditoire ne boucle pas à 100.
Ex : Le 12/06/2007 : 9,9 + 20,8 + 66,4 = 97,1
100 - 97,1 = 2,9
Poids des Invités => 2,9%

Pour Rappel :
Les seules informations au niveau "Individus" dont Médiamétrie dispose pour les invités des foyers panélistes sont :
- leur sexe (Homme / Femme)
- leur tranche d'âge (4-10 / 11-14 / 15-24 / 25-34 / 35-49 / 50-64 / 65+)
(Seules ces deux informations peuvent être renseignées par un invité au niveau de l'audimètre).

Puis par convention, on applique toutes les caractéristiques du foyer aux invités (Variables Foyer : abonnement TPS, type d'agglomération…).

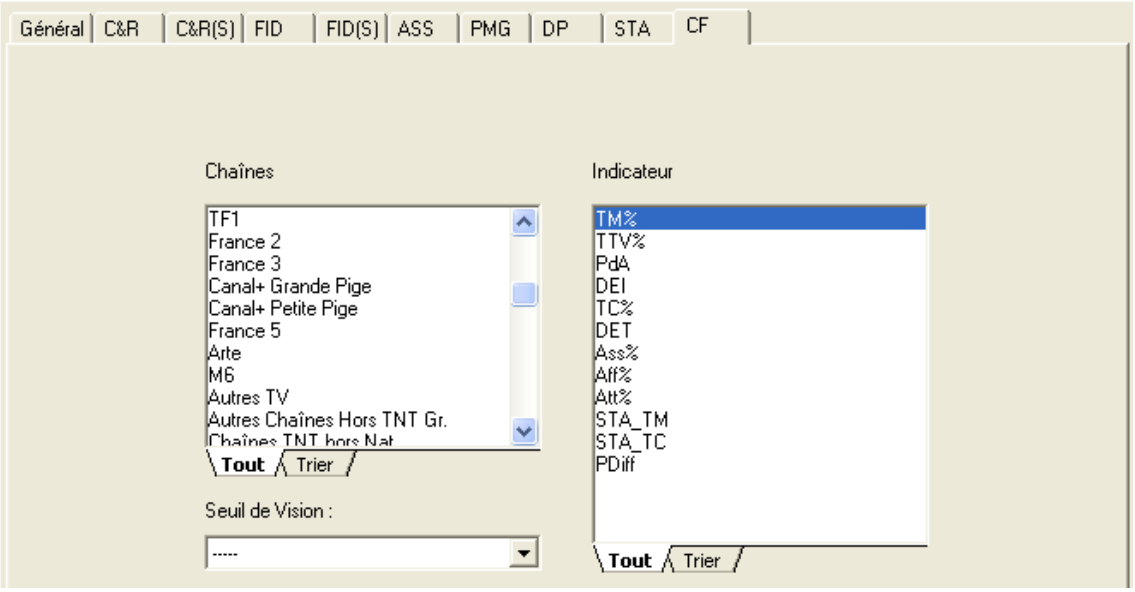
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.5.3. Analyse "Concurrence Frontale"

L'analyse "Concurrence Frontale" permet d'obtenir la concurrence frontale d'un ou plusieurs événements sélectionnés dans le panier d'événements.
La concurrence frontale correspond aux résultats d'audience des chaînes concurrentes sur la tranche horaire de diffusion des programmes analysés (à la seconde).
Cette analyse était appelée "Moyenne Evénements" dans Telereport Individus.

IMP
Cette analyse n'utilise pas le panel constant comme base de travail, mais la base répondant jour comme les analyses "Table de Diffusion" et "Minute à Minute".
C'est uniquement pour des raisons fonctionnelles que cette analyse figure au même niveau que les analyses de comportement. En effet, le mode de sélection des événements (Programmes / Tranches Horaires) est identique à celui des analyses de comportement. Il faut donc au préalable utiliser les analyses standard pour sélectionner des événements puis les transférer vers une analyse "Concurrence Frontale".

3.5.3.1. Axe « Paramètres » : Paramétrages Spécifiques



> Chaînes
Valeur(s) par défaut = Chaîne(s) correspondante(s) aux événements sélectionnés dans le panier d'événements.

> Indicateurs
Valeur(s) par défaut = Indicateur(s) sélectionnés dans l'analyse Standard initiale.

Les indicateurs disponibles sont :
TM%
TME
DEI
PdA
TTV%
TC%
DET

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Aff%
Att%
Ass%

> Seuil de Vision Prédéfini

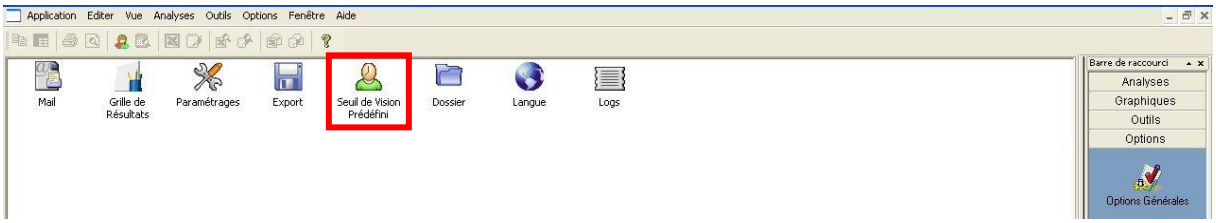
Valeur par défaut = Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié ("---").

Seuil de vision par défaut :

- **1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008**
- **10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008**

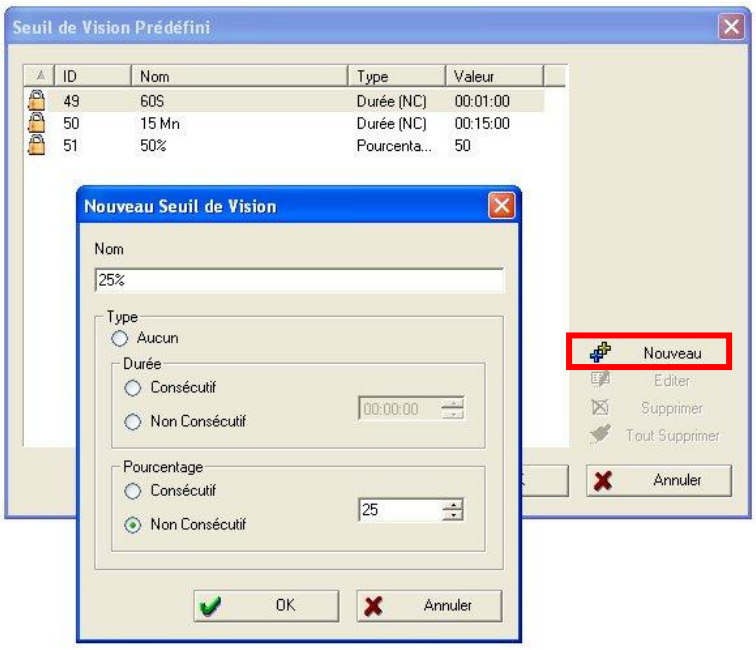
Il est possible d'appliquer un seuil de vision prédéfini **sur les indicateurs TC%, DET et Ass%**. Pour cela, utiliser le menu déroulant "Seuil de vision".

Pour prédéfinir au préalable ces seuils de vision, se rendre dans la barre de raccourci "Options" > Module "Options Générales"



Double-cliquez sur l'icône "Seuil de Vision Prédéfini"

La fenêtre suivante apparaît, cliquer sur "Nouveau" pour créer un nouveau seuil de vision prédéfini :



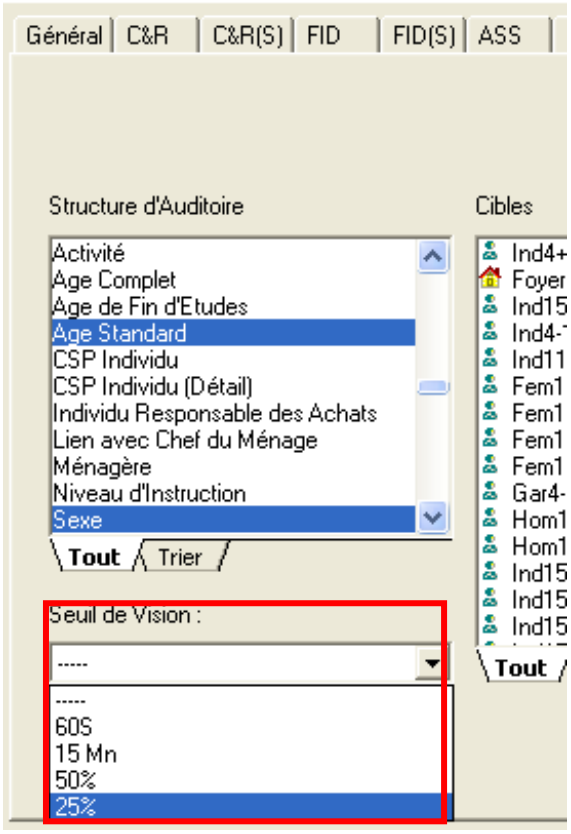
Pour créer un seuil de vision prédéfini de 25% non consécutif,
Sélectionnez le radio-bouton "Pourcentage > Non consécutif" et entrez la valeur "25" puis donnez lui un nom, ici : "25%".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Puis cliquez sur "OK".

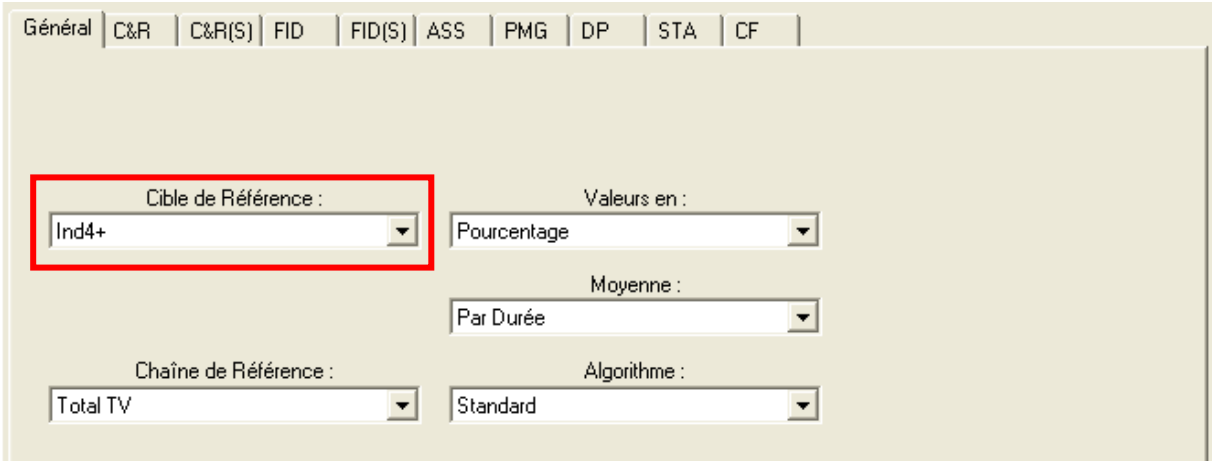
Ce nouveau seuil de vision prédéfini apparaîtra désormais dans la liste de choix "Seuil de Vision" de l'onglet "CF" (fenêtre "Paramètres")



3.5.3.2. Axe « Paramètres » : Paramétrages Communs

Vous pouvez également paramétrer l'onglet "Général"

> Cible de référence

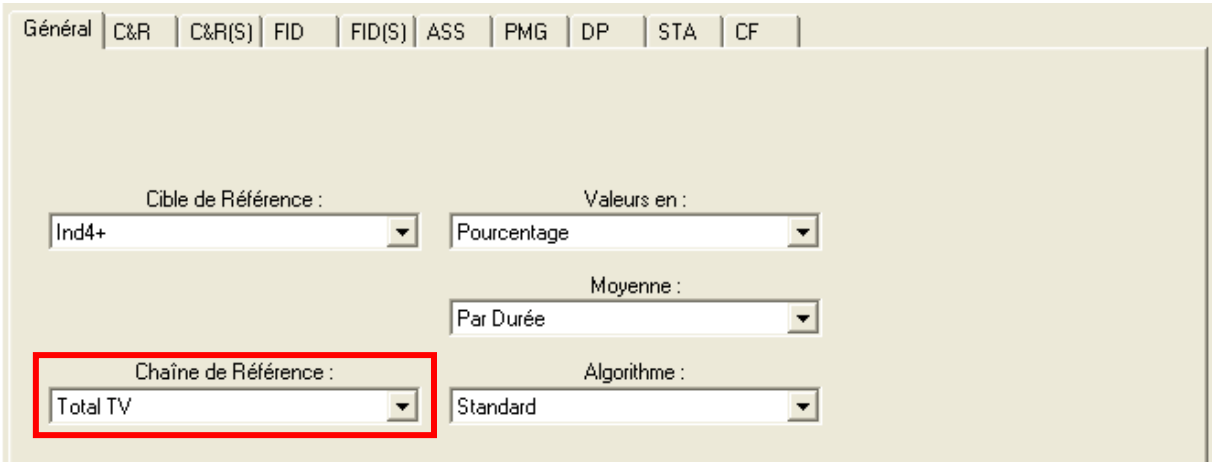


Valeur par défaut = Ind 4+
=> La modification de la cible de référence impacte les indicateurs Aff% (Affinité) et Att% (Attractivité)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

> Chaîne de référence



Valeur par défaut = Total TV
=> La modification de la chaîne de référence impacte les indicateurs PdA% (Part d'Audience) et Att% (Attractivité).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

3.5.3.3. *Interprétation des résultats*

DONNEES EN ENTREE

Dates	Du 31/08/2011 au 01/01/2012
Chaîne	M6
Cible	Individus de 4 ans et plus
Evénement	Zone Interdite
Seuil de Vision	-
Paramètres	Indicateurs : TM%, PdA et TME Chaînes : M6, TF1, France2, France3, Arte, Canal+ Seuil de vision prédéfini : Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié ("---"). Cible de référence : Ind 4+ (valeur par défaut) Chaîne de référence : Total TV (valeur par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

	Date	H. Début	H. Fin	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Mode de Vision à Date																	
								M6			TF1			France 2			France 3			Arte			Canal+		
								TM%	PdA	TME	TM%	PdA	TME	TM%	PdA	TME	TM%	PdA	TME	TM%	PdA	TME	TM%	PdA	TME
Ind4+ - Eff. Pondéré [6098.3] - Effectif Brut [9520]																									
1	31/08/2011	20:49:22	22:59:23	02:10:01	M6	ZONE INTERDITE	LES INEDITS DE L ETE - DANS LES SECRETS	4,3	10,7	2525	16,0	39,9	9388	3,6	8,9	2102	3,9	9,7	2276	0,8	2,0	459	1,2	2,9	692
2	04/09/2011	20:47:21	22:38:43	01:51:22	M6	ZONE INTERDITE	BRAQUAGES ET GUERRE DES GANGS ENQUETE SU	5,4	12,5	3170	14,1	32,6	8279	4,0	9,2	2339	3,1	7,1	1793	1,4	3,2	826	1,6	3,6	912
3	18/09/2011	20:47:15	22:40:13	01:52:58	M6	ZONE INTERDITE	FAMILLES DIVISEES VOISINS EXCEDES MAIS C	5,2	11,2	3031	12,1	26,1	7061	5,5	11,8	3198	4,3	9,4	2531	0,7	1,5	400	3,6	7,8	2102
4	02/10/2011	20:47:59	22:39:37	01:51:38	M6	ZONE INTERDITE	VOYANTS EXORCISTES MEDIUMS VISIONNAIRES	5,2	11,7	3051	10,5	23,5	6139	5,7	12,6	3310	4,8	10,7	2804	0,9	2,0	532	4,0	9,1	2370
5	16/10/2011	20:50:17	22:41:12	01:50:55	M6	ZONE INTERDITE	ABUSES DEPOUILLES RUINES QUAND LA MISE S	6,0	13,3	3522	11,5	25,5	6761	5,5	12,0	3193	5,1	11,2	2964	0,7	1,5	387	1,3	2,9	779
6	30/10/2011	20:50:11	22:33:42	01:43:31	M6	ZONE INTERDITE	JEUNES APPRENTIS LA DURE ECOLE DE LA VIE	4,7	10,5	2733	13,0	29,1	7590	6,5	14,6	3810	4,9	11,0	2858	0,8	1,7	452	1,6	3,5	914
7	13/11/2011	20:51:52	22:36:43	01:44:51	M6	ZONE INTERDITE	ARNAQUES ESCROQUERIES TRAVAIL AU NOIR LA	7,2	15,7	4240	9,5	20,5	5533	8,1	17,6	4766	5,1	11,1	2987	0,9	1,9	507	1,4	3,0	798
8	27/11/2011	20:55:16	22:53:41	01:58:25	M6	ZONE INTERDITE	TRAVAIL FORTUNE REPUTATION ILS ONT TOUT	5,9	12,1	3451	13,7	28,0	7997	7,9	16,2	4639	4,6	9,4	2692	1,5	3,2	907	4,2	8,6	2469
9	11/12/2011	20:54:58	22:50:16	01:55:18	M6	ZONE INTERDITE	TOUCHES PAR LA MALADIE A 20 ANS ILS ONT	5,8	12,5	3419	13,0	27,8	7614	7,4	15,8	4329	4,5	9,7	2654	1,8	3,8	1029	2,0	4,2	1158
10	01/01/2012	20:50:37	22:37:03	01:46:26	M6	ZONE INTERDITE	15 FEMMES DE BANLIEUE EN CUISINE CHEZ DU	3,2	7,2	1859	14,7	33,5	8627	6,3	14,2	3664	4,1	9,3	2404	0,9	2,0	523	0,9	2,1	551
Moy.								5,3	11,8	3095	12,9	28,6	7539	6,0	13,3	3511	4,4	9,8	2588	1,0	2,3	605	2,2	4,9	1282
Somme								53,0	-	31002	128,1	-	74986	60,4	-	35350	44,3	-	25963	10,3	-	6022	21,8	-	12744

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

6098,3 / 9520 → 6098,3 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré moyen du panel sur la période d'analyse.
9520 Individus de 4 ans et plus : Effectif brut moyen du panel sur la période d'analyse.

5,2 / 11,7 / 3051 → L'événement 4 "ZONE INTERDITE / VOYANTS EXORCISTES MEDIUMS VISIONNAIRES" diffusé le 02/10/2011 sur M6 a réalisé un TM% de 5,2%, une PdA de 11,7% et un TME de 3 051 000 Individus.

4,8 / 10,7 / 2804 → Au moment de la diffusion de l'événement 4 "ZONE INTERDITE / VOYANTS EXORCISTES MEDIUMS VISIONNAIRES" diffusé le 02/10/2011 sur M6 soit entre 20:47:59 et 22:39:37, la chaîne France 3 a réalisé un TM% de 4,8%, une PdA de 10,7% et un TME de 2 804 000 Individus.

4,4 / 9,8 / 2588 → La concurrence frontale moyenne des 10 diffusions du programme "ZONE INTERDITE" sur la période 31/08/2011 au 01/01/2012 est de 4,4% en TM, 9,8% en PdA et un TME de 2 588 000 Individus sur la chaîne France 3.

53,0 / 31002 → Le GRP et le GRPE des 10 diffusions du programme "ZONE INTERDITE" sur la période 31/08/2011 au 01/01/2012 est de 53,0% et de 31 002 000 Individus.

A Noter

Depuis le déploiement de la version 4.2., l'analyse « Concurrence Frontale » propose la possibilité d'effectuer une somme au niveau des indicateurs TM% et TME. Il n'est donc plus nécessaire d'exporter le tableau de résultats obtenu sous Excel pour calculer le GRP et le GRPE d'une série d'événements. Cette somme est calculée sur la base de TM% à 6 décimales. Il s'agit donc du GRP et GRPE « officiel ».

En conclusion, *MMW* propose quatre modes pour calculer les indicateurs GRP et GRPE :
- Analyse « Table de Diffusion » : somme des TM% et TME
- Analyse « Import d'Evénements » : somme des TM% et TME
- Analyse « Concurrence Frontale » : Somme des TM% et TME

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

4. Les Analyses de Comportement

4.1. Généralités

4.1.1. Transfert d'événements des analyses standard vers les analyses de comportement

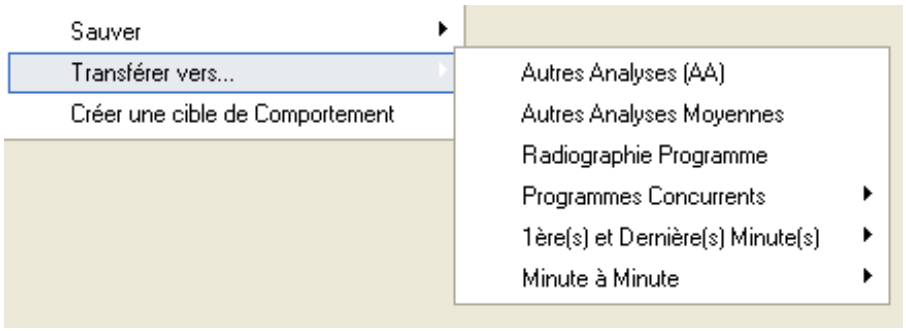
Pour réaliser des analyses de Comportement, il faut au préalable sélectionner des évènements de type "Programmes" et/ou "Tranches Horaires" à partir des analyses standard "Table de Diffusion" (Programmes) et "Minute à Minute" ou "Tranches Horaires" (Tranches Horaires). En effet, les menus "Autres Analyses (AA)" et "Autres Analyses Moyennes" ne proposent pas la sélection d'événements.

Pour transférer des événements des analyses standard vers les analyses de comportement, procéder comme-suit :

- Transférez des événements de type "Programme" à partir d'une analyse "Table de Diffusion" :
- Lancez une analyse standard (Voir chapitre 3.1 "Table de Diffusion").

A NOTER
Il n'est pas nécessaire d'obtenir des résultats d'audience pour transférer des programmes, les informations programmes suffisent.

- Vous obtenez un tableau de résultats, sélectionnez la ou les lignes des programmes (à l'aide des touches "Ctrl" ou "Shift") que vous souhaitez analyser à partir d'une analyse de comportement puis faites un clic droit (au niveau de la zone sélectionnée).



- Sélectionnez l'option "Transférer vers…" puis "Autres Analyses (AA)" ou "Autres Analyses Moyennes" => La fenêtre "Requête de Base" apparaît :

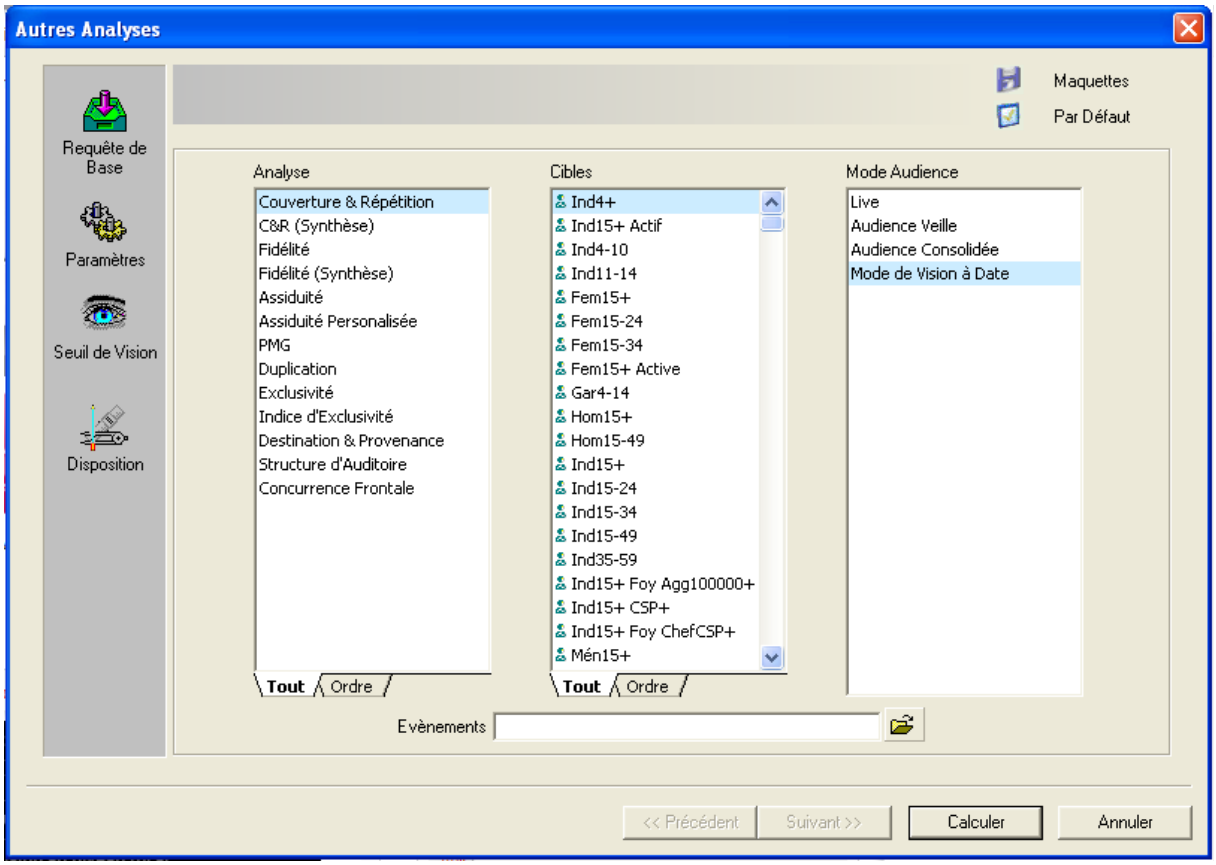
Elle vous permet de sélectionner :

- Les analyses de comportement que vous souhaitez réaliser (la sélection peut donc être multiple)
- La ou les cibles que vous souhaitez analyser

Vous pouvez ensuite appliquer des paramétrages à partir des sous-menus :
- Paramètres
- Seuil de Vision
- Disposition

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

(voir paragraphes suivants)

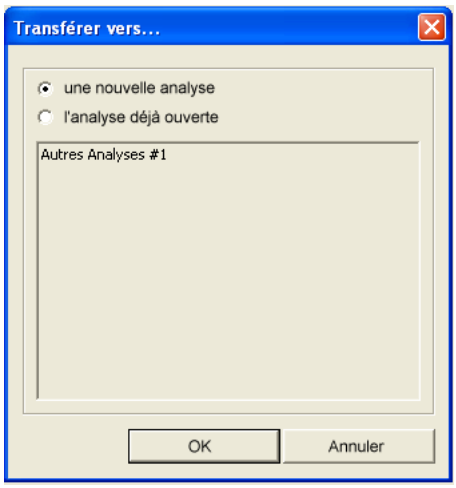


=> Pour lancer un type d'analyse de comportement, sélectionnez l'analyse souhaitée.
Vous obtenez alors directement :
- un premier onglet qui correspond au Panier d'Evénements (les événements à analyser)
- un deuxième onglet qui propose le tableau de résultats de l'analyse sélectionnée. Pour lancer l'analyse il suffit de cliquer sur ce deuxième onglet.

Depuis la version 4.2., il est possible de transférer des événements des analyses Standard vers une nouvelle analyse de type « Autre Analyse » ou « Autre Analyse Moyenne ». Dans les versions antérieures, les événements à transférer étaient automatiquement rajoutés au panier d'événements qui était déjà ouvert. Il fallait au préalable enregistrer et fermer l'analyse « Autre Analyse » courante avant de transférer des événements vers une nouvelle « Autre Analyse ».

Désormais, lorsqu'un utilisateur transfère des événements supplémentaires alors qu'un panier d'événements est déjà ouvert, la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



L'utilisateur dispose alors de deux possibilités :

- Soit il transfère les événements vers une nouvelle analyse (option par défaut)
- Soit il transfère les événements vers l'analyse qui est déjà ouverte

Dans le premier cas, une nouvelle analyse est ouverte, elle est automatiquement renseignée de ces événements. La première analyse reste elle aussi ouverte.

> Choix du mode d'audience

A partir du 3 janvier 2011, l'étude Médiamat intègre l'audience en différé. En conséquence, l'application *MMW* propose quatre modes d'audience :
- Live
- Audience Veille
- Audience Consolidée
- Mode d'Audience à Date (valeur par défaut)

➲ Live : Mode d'audience historique

➲ Audience Veille
Live + VOSDAL
VOSDAL (View on Same Day As Live) = Il s'agit d'une session d'écoute qui a un décalage de plus de 60 secondes entre la diffusion du programme et le moment de visionnage de ce programme. Cette session d'écoute est réalisée le même jour que le jour de diffusion initiale du programme.

➲ Audience Consolidée
Live + VOSDAL + Audience Différé sur les 7 jours suivants
Il s'agit de l'audience en différé (> 60 secondes) après ré-affectation sur les 7 jours consécutifs à la diffusion.

➲ Mode de Vision à Date
Ce mode permet d'agréger (moyenne ou somme) des résultats d'audience issus de différents modes.
Ce mode est nécessaire lorsque l'Audience Consolidée d'une période n'est pas encore disponible et que l'on souhaite communiquer sur un résultat moyen portant en partie sur cette même période, il est autorisé d'utiliser les différents modes faisant foi publiés à date (utilisation de toutes les Audiences Consolidées disponibles et de la ou des Audiences Veille lorsque l'Audience Consolidée n'est pas disponible).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Exemple

Lancement du calcul le Jour 15 :

		Live	Audience Veille	Audience Consolidée	Mode de Vision à Date
Jour 1	Programme A	5,0	-	-	5,0
Jour 2	Programme A	4,5	-	-	4,5
Jour 3	Programme A	8,6	-	-	8,6
Jour 4	Programme A	7,9	8,1	8,2	8,2
Jour 5	Programme A	6,5	6,9	7,0	7,0
Jour 6	Programme A	5,9	6,1	6,3	6,3
Jour 7	Programme A	4,7	4,8	4,9	4,9
Jour 8	Programme A	7,7	7,8	-	7,8
Jour 9	Programme A	6,4	6,5	-	6,5
Jour 10	Programme A	7,2	7,5	-	7,5
Jour 11	Programme A	9,1	9,2	-	9,2
Jour 12	Programme A	6,7	6,9	-	6,9
Jour 13	Programme A	5,1	5,3	-	5,3
Jour 14	Programme A	7,5	7,6	-	7,6
MOYENNE		6,6	7,0	6,6	6,8

IMP

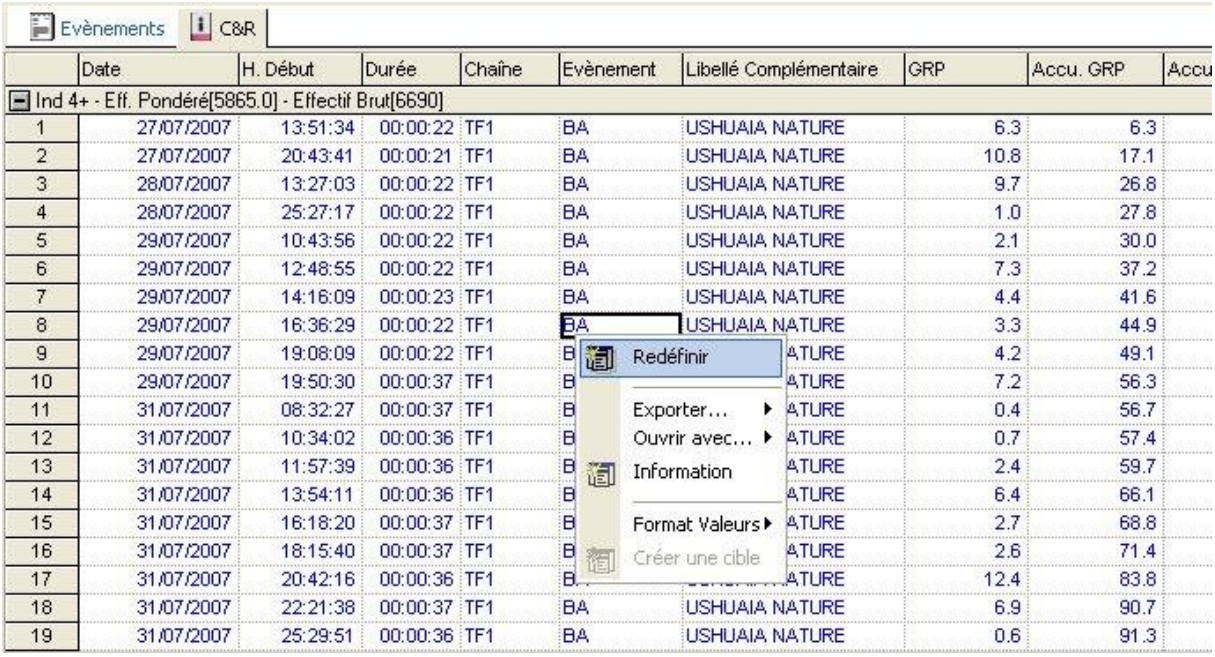
L'utilisateur a la possibilité de sélectionner un seul mode d'audience.
Les cibles de type « Foyer » ne proposent de résultats d'audience sur les modes en différé (Audience Veille, Audience Consolidée et Mode de Vision à Date).

A NOTER

Vous pouvez à tout moment modifier le contenu du panier d'événements :
- Supprimer des événements (clic droit dans le tableau)
- Tri (clic droit au niveau de la colonne à trier)
- Ajouter des évènements pour cela retourner sur l'analyse "Table de Diffusion" déjà ouverte, ou bien ouvrez une nouvelle "Table de Diffusion", Puis suivez le même mode de transfert. Les nouveaux événements transférés s'ajouteront alors automatiquement au panier d'événement déjà ouvert. Cliquez ensuite sur l'onglet "Autres Analyses" (bas d'écran) pour visualiser le nouveau panier d'événement).
Vous pouvez également, transférer des événements de type "Tranche Horaire".

Pour modifier les paramétrages de l'analyse. Faîtes un clic droit à partir du tableau de résultats de l'analyse puis sélectionnez l'option "Redéfinir".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	GRP	Accu. GRP	Accu
Ind 4+ - Eff. Pondéré[5865.0] - Effectif Brut[6690]									
1	27/07/2007	13:51:34	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	6.3	6.3	
2	27/07/2007	20:43:41	00:00:21	TF1	BA	USHUAIA NATURE	10.8	17.1	
3	28/07/2007	13:27:03	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	9.7	26.8	
4	28/07/2007	25:27:17	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	1.0	27.8	
5	29/07/2007	10:43:56	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	2.1	30.0	
6	29/07/2007	12:48:55	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	7.3	37.2	
7	29/07/2007	14:16:09	00:00:23	TF1	BA	USHUAIA NATURE	4.4	41.6	
8	29/07/2007	16:36:29	00:00:22	TF1	BA	USHUAIA NATURE	3.3	44.9	
9	29/07/2007	19:08:09	00:00:22	TF1	B	ATURE	4.2	49.1	
10	29/07/2007	19:50:30	00:00:37	TF1	B	ATURE	7.2	56.3	
11	31/07/2007	08:32:27	00:00:37	TF1	B	ATURE	0.4	56.7	
12	31/07/2007	10:34:02	00:00:36	TF1	B	ATURE	0.7	57.4	
13	31/07/2007	11:57:39	00:00:36	TF1	B	ATURE	2.4	59.7	
14	31/07/2007	13:54:11	00:00:36	TF1	B	ATURE	6.4	66.1	
15	31/07/2007	16:18:20	00:00:37	TF1	B	ATURE	2.7	68.8	
16	31/07/2007	18:15:40	00:00:37	TF1	B	ATURE	2.6	71.4	
17	31/07/2007	20:42:16	00:00:36	TF1	B	ATURE	12.4	83.8	
18	31/07/2007	22:21:38	00:00:37	TF1	BA	USHUAIA NATURE	6.9	90.7	
19	31/07/2007	25:29:51	00:00:36	TF1	BA	USHUAIA NATURE	0.6	91.3	

4.1.2. Axe « Seuil de Vision » (ou Définition du Téléspectateur)

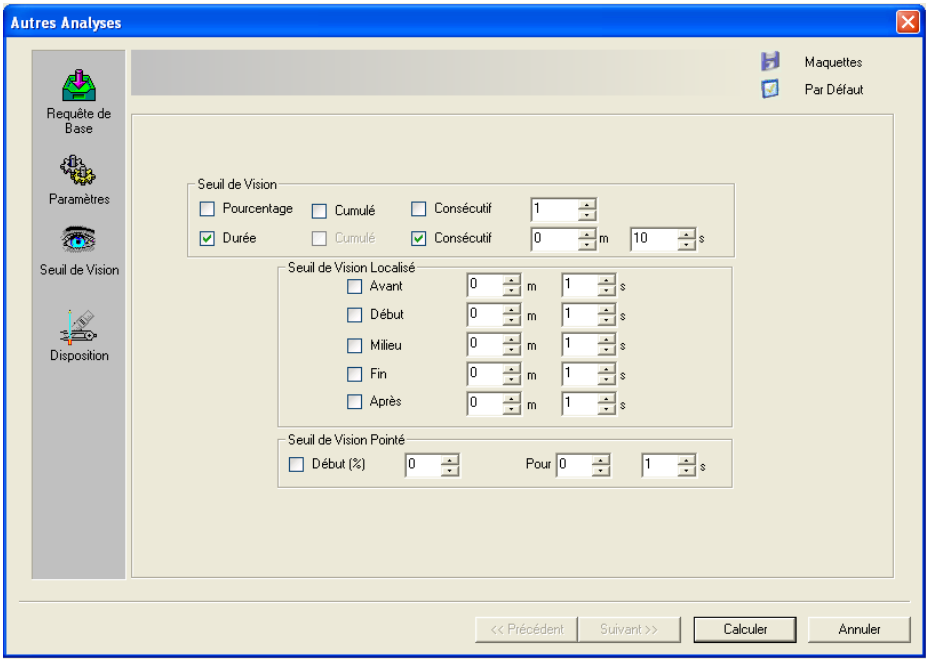
A ce niveau du paramétrage, vous pouvez d'ores et déjà définir le **Seuil de vision**. En cliquant sur cette option, vous pourrez procéder à la **Définition du Téléspectateur**.

IMP
Par défaut, sera considéré comme téléspectateur d'un évènement tout individu dont la durée d'écoute est au moins égale à la valeur du seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié.

Seuil de vision par défaut :
- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008

Mais cette définition peut bien entendu être modulée, affinée.

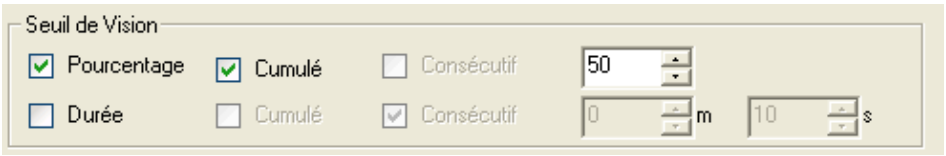
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Seuil de Vision

Vous pouvez spécifier dans la rubrique **Pourcent** le pourcentage en durée de l'évènement en dessous duquel vous considérez qu'un individu n'a pas regardé l'évènement.
De même, ce seuil peut être spécifié en termes de minute et seconde dans la rubrique **Durée**.
De plus, vous pouvez définir un seuil de vision plus contraignant en spécifiant que les X% de l'évènement ou les Y minutes/secondes doivent être vus de manière consécutive. Pour cela, il suffit d'activer l'option **Consécutif** en cliquant dans la boîte située à gauche de l'option.

Le paramétrage d'un seuil de vision dans les analyses de comportement s'applique à chacun des événements analysés. Il est également possible d'appliquer un seuil de vision sur le cumul de l'ensemble des événements considérés.
Pour activer cette option de paramétrage, il suffit de cocher la case « Cumulé » (case à cocher active lorsque l'option « Consécutif » est décochée).



Ex : Seuil de vision cumulé fixé à 50% :
Le calcul ne prend en compte que les individus qui ont vu au moins 50% de la durée totale de diffusion de tous les programmes analysés.

Seuil de Vision Localisé

Cet ensemble d'option va vous permettre de définir un téléspectateur comme étant un individu ayant regardé un certain nombre de minutes/secondes **Juste avant** l'évènement, au **Début**, au **Milieu** ou à la fin de cet évènement ou **Juste Après** l'évènement.

Toutes les options décrites ci-dessus peuvent être activées simultanément.

Seuil de Vision Pointé

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Cette option vous permet de "pointer" le seuil de vision.
En effet, vous pouvez définir un téléspectateur comme étant un individu ayant regardé un certain nombre de minutes/secondes (information renseignée dans la case **pour**) à partir d'un certain pourcentage de l'évènement (information renseignée dans la case **Début (%)**).
Ainsi, vous pouvez définir les téléspectateurs en demandant qu'ils aient regardé les 10 minutes suivant les 20 premiers pourcent de l'évènement.

IMP
Le seuil de Vision n'est applicable que pour les analyses suivantes :
- Fidélité (analyse basée sur le taux cumulé)
- Fidélité (Synthèse)
- Duplication
- Exclusivité
- Indice d'Exclusivité
- Destination et Provenance

4.1.3. Axe « Disposition »

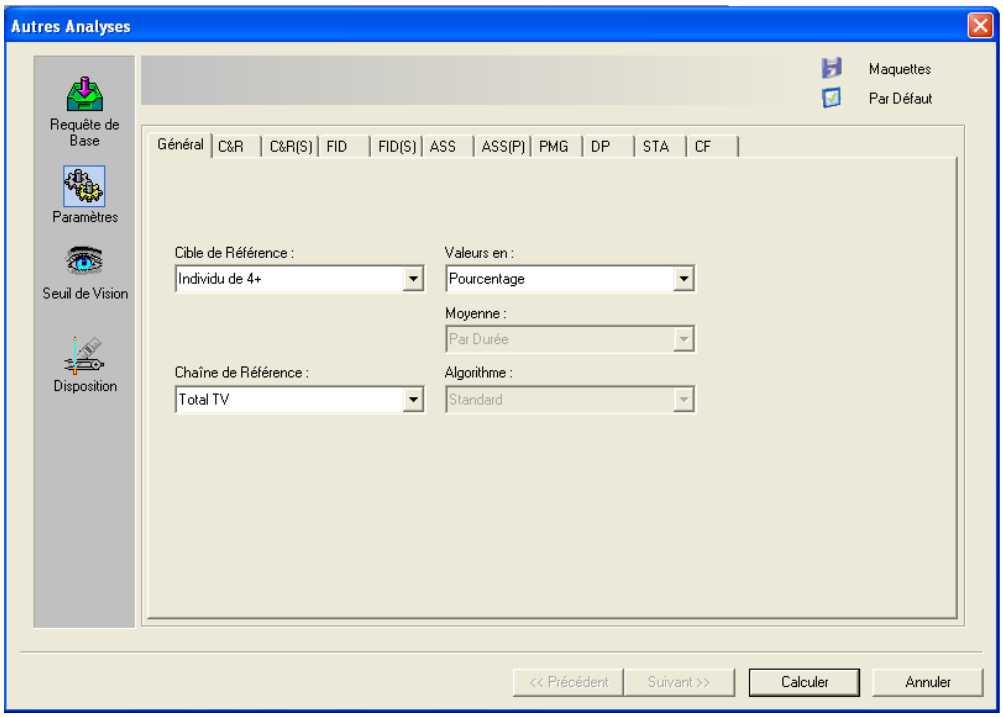
La fenêtre "Disposition" vous permet de paramétrer les dispositions de tableaux de résultats de chacune des analyses de comportement.
Par défaut, Médiamétrie a paramétré pour vous une disposition de référence pour chacune des analyses de comportement.

- En ligne :
La ou les cibles d'analyses
- En colonne :
Les informations concernant les événements analysés
. Date de diffusion
. Heure de diffusion
. Durée
. Chaîne de diffusion
. Evénement
Les colonnes spécifiques (indicateurs) correspondant à chacune des analyses de comportement.

Vous pouvez à tout moment modifier ces dispositions par défaut. Pour modifier une disposition, procédez ainsi :

1- Sélectionnez l'analyse que vous souhaitez modifier en cliquant sur l'onglet correspondant :
Signification des libellés d'onglet :
CR = Couverture & Répétition
CR(S) = Couverture & Répétition (Synthèse)
FID = Fidélité
FID(S) = Fidélité (Synthèse)
ASS = Assiduité
ASS(P) = Assiduité Personnalisée
PMG = PMG (Petit/Moyen/Gros Téléspectateurs)
DUP = Duplication
EXC = Exclusivité
INDEXC = Indice d'Exclusivité
DP = Destination et Provenance

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Dans cet exemple, nous travaillons sur l'analyse "Couverture et Répétition" ("CR")

Vous pouvez si vous le souhaiter appliquer des regroupements spécifiques en ligne. Prenons par l'exemple l'analyse "Couverture et Répétition" dans le but de calculer le bilan d'une campagne de publicité diffusée sur deux chaînes France 5 et Canal+ sur une journée et en distinguant le bilan de l'impact de la campagne sur chacune de ces deux chaînes.

La liste des axes que l'on peut placer dans le tableau de résultats figure à gauche de la disposition. Pour chacun des axes, il est précisé si le placement peut se faire soit en ligne soit en colonne soit les deux. Cette information est donnée à l'aide des icônes suivants :

Placement en ligne uniquement

Placement en colonne uniquement

Placement en ligne ou colonne

Mode Audience Max
Pour chaque événement analysé, la colonne « Mode Audience Max » précisera le mode d'audience le plus large disponible pour sa journée de diffusion.

Ex :
Lancement d'un calcul le 12/01/2011 portant sur un programme quotidien sur la période 03/01/11 au 11/01/11
=> Panier d'événement obtenu :

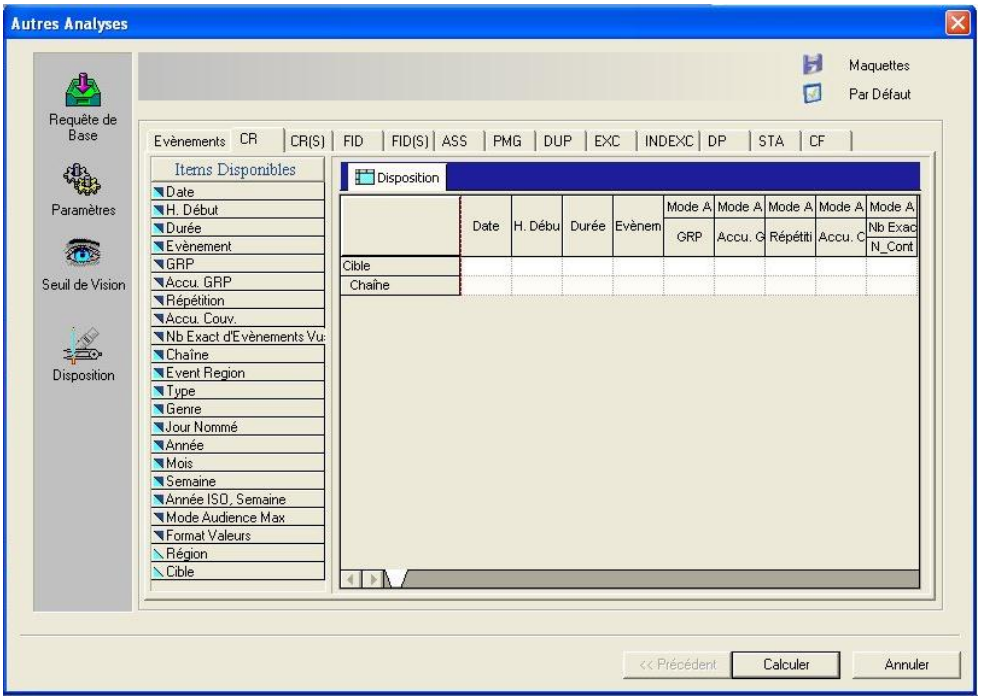
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

	Date	H. Début	Durée	Chaine	Evènement	Mode Audience Max
1	03/01/2011				Evénement 1	Audience Consolidée
2	04/01/2011				Evénement 2	Audience Consolidée
3	05/01/2011				Evénement 3	Audience Veille
4	06/01/2011				Evénement 4	Audience Veille
5	07/01/2011				Evénement 5	Audience Veille
6	08/01/2011				Evénement 6	Audience Veille
7	09/01/2011				Evénement 7	Audience Veille
8	10/01/2011				Evénement 8	Audience Veille
9	11/01/2011				Evénement 9	Audience Veille

J-8 à J-9

J-1 à J-7

Dons notre exemple, il suffit de placer l'axe "Chaînes" en ligne sous l'axe "Cibles" préalablement sélectionné.



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Vous obtenez alors le tableau de résultats suivant :

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	GRP	Accu. GRP	Accu. Couv.	Répétition
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6296.2]									
Canal+									
1	30/07/2007	07:29:06	00:00:53	Canal+	PUB C+ 07H39	0,1	0,1	0,1	n.a.
2	30/07/2007	08:28:44	00:01:13	Canal+	PUB C+ 08H29	0,3	0,4	0,4	1,1
3	30/07/2007	12:31:15	00:02:01	Canal+	PUB C+ 12H39	0,1	0,5	0,5	1,1
4	30/07/2007	12:45:18	00:01:05	Canal+	PUB C+ 12H50	0,2	0,8	0,7	1,1
5	30/07/2007	12:51:18	00:02:31	Canal+	PUB C+ 13H09	0,4	1,1	0,9	1,3
6	30/07/2007	13:35:58	00:01:50	Canal+	PUB C+ 13H45	0,1	1,3	1,0	1,3
7	30/07/2007	13:38:55	00:01:03	Canal+	PUB C+ 13H49	0,3	1,5	1,1	1,4
8	30/07/2007	18:32:53	00:01:35	Canal+	PUB C+ 18H40	0,0	1,6	1,2	1,3
9	30/07/2007	18:56:47	00:01:40	Canal+	PUB C+ 19H09	0,1	1,7	1,3	1,3
10	30/07/2007	19:13:55	00:02:02	Canal+	PUB C+ 19H20	0,4	2,1	1,6	1,3
11	30/07/2007	19:32:38	00:02:38	Canal+	PUB C+ 19H45	0,3	2,4	1,8	1,3
12	30/07/2007	19:53:01	00:01:19	Canal+	PUB C+ 19H49	0,6	3,0	2,2	1,4
13	30/07/2007	19:59:15	00:02:10	Canal+	PUB C+ 20H01	0,6	3,6	2,3	1,6
14	30/07/2007	20:23:33	00:01:10	Canal+	PUB C+ 20H19	0,7	4,3	2,8	1,6
15	30/07/2007	20:25:06	00:01:58	Canal+	PUB C+ 20H20	0,6	4,9	2,9	1,7
16	30/07/2007	20:33:25	00:01:51	Canal+	PUB C+ 20H45	0,6	5,5	3,0	1,8
17	30/07/2007	20:47:06	00:01:25	Canal+	PUB C+ 20H49	0,8	6,3	3,4	1,8
18	30/07/2007	20:49:18	00:02:25	Canal+	PUB C+ 20H55	0,7	7,0	3,5	2,0
France 5									
1	30/07/2007	09:55:00	00:02:10	France 5	PUB 5EM 09H00	0,2	0,2	0,2	n.a.
2	30/07/2007	10:01:34	00:00:42	France 5	PUB 5EM 09H30	0,2	0,4	0,2	1,7
3	30/07/2007	10:52:44	00:01:16	France 5	PUB 5EM 10H00	0,4	0,8	0,6	1,3
4	30/07/2007	10:54:35	00:02:08	France 5	PUB 5EM 10H02	0,4	1,2	0,6	1,9
5	30/07/2007	11:42:15	00:02:16	France 5	PUB 5EM 11H40	0,6	1,8	1,0	1,7
6	30/07/2007	11:45:12	00:02:12	France 5	PUB 5EM 11H42	0,5	2,3	1,1	2,1
7	30/07/2007	12:13:49	00:01:22	France 5	PUB 5EM 12H00	0,4	2,7	1,3	2,2
8	30/07/2007	13:31:56	00:03:30	France 5	PUB 5EM 13H30	0,6	3,3	1,7	2,0
9	30/07/2007	13:37:24	00:02:25	France 5	PUB 5EM 13H32	0,9	4,2	1,9	2,2
10	30/07/2007	14:32:03	00:04:12	France 5	PUB 5EM 14H00	0,8	5,0	2,3	2,1
11	30/07/2007	14:36:49	00:02:11	France 5	PUB 5EM 14H02	0,7	5,6	2,4	2,4
12	30/07/2007	15:37:49	00:02:18	France 5	PUB 5EM 16H00	0,4	6,1	2,5	2,4
13	30/07/2007	15:40:48	00:02:13	France 5	PUB 5EM 16H02	0,4	6,5	2,5	2,6
14	30/07/2007	16:35:21	00:02:11	France 5	PUB 5EM 17H30	0,7	7,3	2,9	2,5
15	30/07/2007	16:38:14	00:02:15	France 5	PUB 5EM 17H32	0,6	7,9	2,9	2,7
16	30/07/2007	17:35:36	00:02:14	France 5	PUB 5EM 18H00	0,4	8,3	3,0	2,7
17	30/07/2007	17:38:30	00:02:15	France 5	PUB 5EM 18H02	0,4	8,7	3,1	2,8
18	30/07/2007	17:41:20	00:02:14	France 5	PUB 5EM 18H30	0,6	9,2	3,2	2,8
19	30/07/2007	17:44:34	00:02:08	France 5	PUB 5EM 18H32	0,8	10,0	3,6	2,8
20	30/07/2007	18:52:13	00:04:16	France 5	PUB 5EM 18H57	1,0	11,0	4,2	2,6

3,5% d'accumulation de Couverture : A l'issue de la 18ème diffusion, 3.5% des 6296,2 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins un des 18 écrans publicitaires diffusés sur Canal+.

4,2% d'accumulation de Couverture : A l'issue de la 20ème diffusion, 4,2% des 6296,2 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins un des 20 écrans publicitaires diffusés sur France 5.

4.1.4. Le Panier d'événements

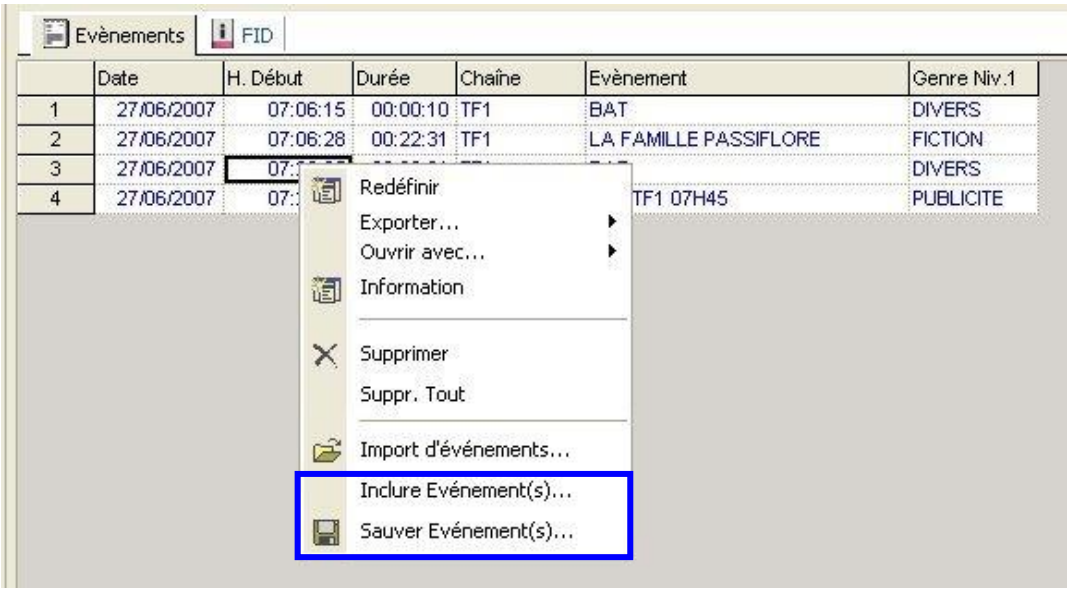
> Options « Sauver » et « Inclure » des événements

Sélectionnez au préalable des événements dans "Table de Diffusion" ou "Minute à Minute" puis transférez ces événements vers une analyse de comportement.

Lorsque vous vous trouvez au niveau du panier d'événements, effectuez un clic droit au niveau du tableau, vous obtenez le menu suivant :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie



Sélectionnez l'option "**Sauver Evénement(s)…**" ou "**Inclure Evénement(s)…**"
L'explorateur Windows propose automatiquement le répertoire où se trouvent les fichiers .evt.

Dans le cas d'une sauvegarde de fichier : Nommer le fichier .evt ainsi créé et cliquez sur "Enregistrer".
Dans le cas d'une insertion d'événements : Sélectionnez le ou les fichiers que souhaitez inclure et cliquez sur "Ouvrir".
=> Le panier d'événements est automatiquement mis à jour, il comporte entre autre les différents événements contenus dans le fichier .evt sélectionné.

A NOTER
Le chemin d'accès peut être renseigné manuellement par l'utilisateur.

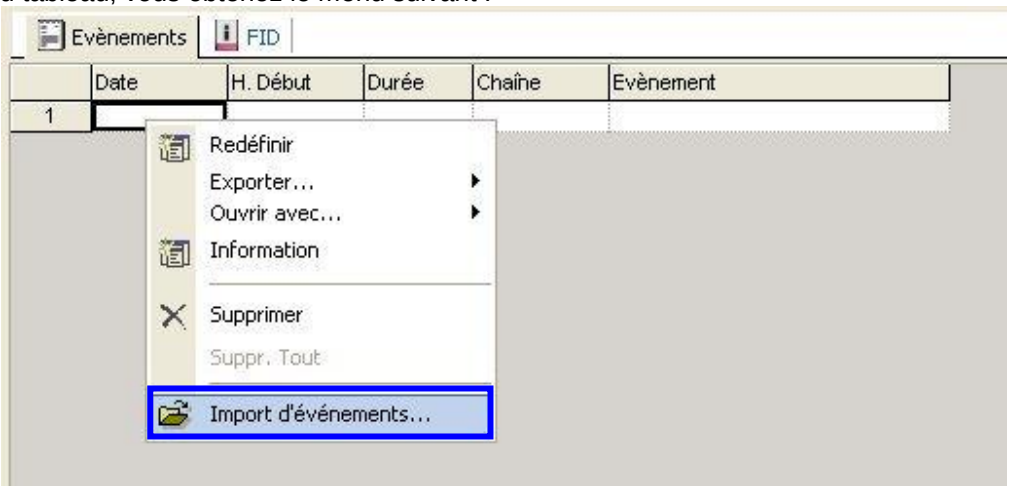
> Option « Importer » des événements

Vous pouvez également importer des événements dans l'application *MMW*. Pour cela, le fichier d'import doit être au format .evt. (ce format correspond au format utilisé auparavant dans *Telereport*).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Lancez une analyse de comportement sans sélectionner au préalable des événements dans "Table de Diffusion" ou "Minute à Minute".

Lorsque vous vous trouvez au niveau du panier d'événements, effectuez un clic droit au niveau du tableau, vous obtenez le menu suivant :



Sélectionnez l'option "**Import d'événements…**".
L'explorateur Windows propose automatiquement le répertoire où se trouvent les fichiers .evt.

Sélectionnez le ou les fichiers que souhaitez importer et cliquez sur "Ouvrir".
=> Le panier d'événements est automatiquement mis à jour, il comporte les différents événements contenus dans le fichier .evt sélectionné.

A NOTER
Le chemin d'accès peut être renseigné manuellement par l'utilisateur.

> Option « Trier » des événements

Pour effectuer des tris au niveau du panier d'événements, sélectionner une des colonnes du panier d'événements puis appliquer un clic droit, le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

- Pour appliquer un tri unique sur la colonne sélectionnée, cliquer sur le tri souhaité (**Ascendant/Descendant**).

- Pour appliquer un premier tri puis un tri secondaire sur une deuxième colonne, cliquer sur l'option "**Tri Utilisateur**". La fenêtre suivante apparaît :

Sélectionner une première colonne puis passer cette colonne à droite à l'aide de la flèche simple ou du double-clic. Puis, sélectionner une deuxième colonne et placer la elle aussi dans la zone de droite "Trier par :".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

Dans cet exemple, un premier tri ascendant est appliqué sur la colonne "Date" (de la date la plus lointaine à la date la plus récente) puis un tri secondaire ascendant est appliqué sur la colonne "Heure de Début" (du début de la journée vers la fin de la journée).
Pour appliquer des tris ascendant et descendant pour chaque colonne, cliquer sur les flèches grises. De plus, pour modifier le premier/second tri appliqué, sélectionner une des colonnes et placer la au niveau souhaité à l'aide de la souris (clic gauche).

Pour valider le ou les tris appliqués, cliquer sur "**OK**".

A NOTER
Dans le cadre des analyses « Couverture et Répétition » et « Fidélité », le double tri ascendant sur le jour puis l'heure de début de diffusion se fait automatiquement au niveau du tableau de résultats de ces deux analyses.

4.1.5. Les options des tableaux de résultats > Clic Droit

1. Modification des paramètres (analyses uniquement)

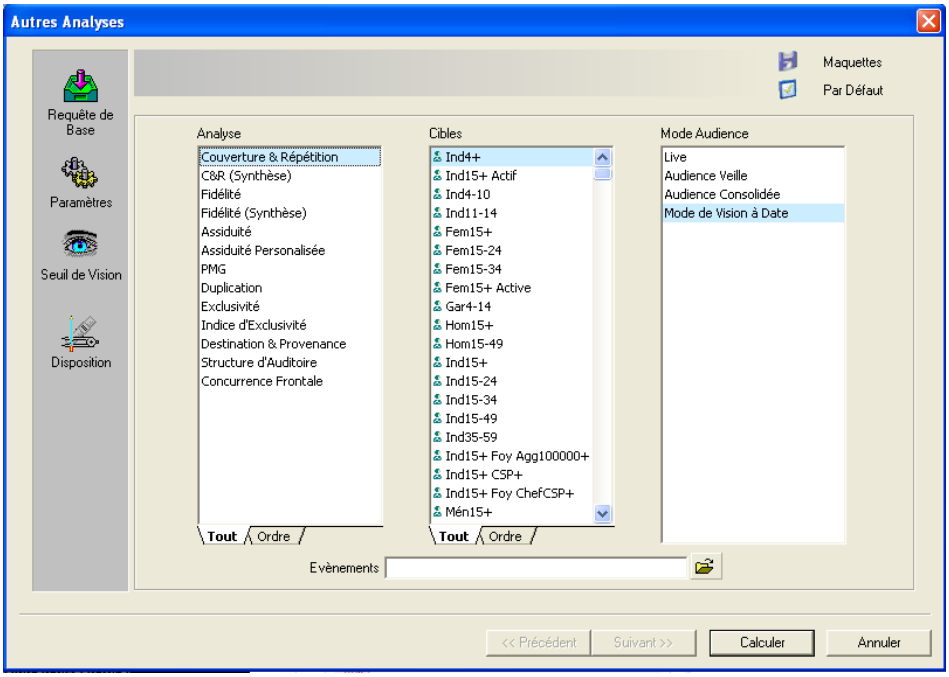
Après avoir obtenu, une ou plusieurs analyses vous pouvez à tout moment modifier les paramètres communs ainsi que les paramètres propres à chacune des analyses.
Pour cela, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats.

Paramètres communs : Le clic droit s'effectue à partir de n'importe quel tableaux de résultats, sélectionnez l'option "Redéfinir" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Vous obtenez la fenêtre suivante :



Vous pouvez alors modifier tous les paramétrages des analyses ouvertes (cible, seuil de vision, paramètres…)

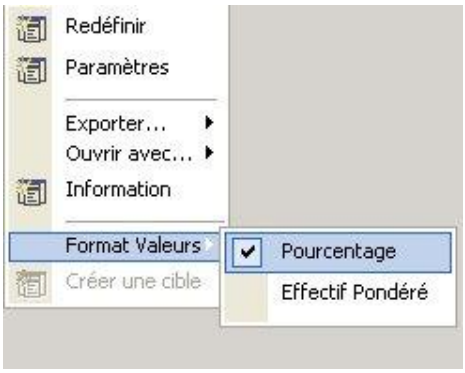
Paramètres spécifiques : Le clic droit s'effectue à partir du tableau de résultats de l'analyse à modifier, sélectionnez l'options "Paramètres" :

=> La fenêtre "Paramètres" qui correspond à l'analyse sélectionnée apparaît.

2. Modification du type de résultats (analyses uniquement)

Après avoir obtenu, une ou plusieurs analyses vous pouvez à tout moment modifier le type de résultats affiché. Pour cela, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "**Format Valeurs**" :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



3. Création d'une cible de comportement (analyses uniquement)

Les analyses de Comportement (Duplication, Exclusivité, PMG, Assiduité, Fidélité et Destination et Provenance) permettent de créer des cibles sur base de comportement. En effet, à l'issue d'une étude de duplication, par exemple, l'utilisateur peut souhaiter analyser plus avant une population présentant certaines caractéristiques (fort taux de duplication entre deux évènements par exemple).

Après avoir obtenu, une ou plusieurs analyses vous pouvez à tout moment créer une cible de comportement. Pour cela sélectionnez une ou plusieurs cellules dans le tableau de résultats puis effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Créer une cible" :

ATTENTION
Cette option peut dans certains cas apparaître grisée. Cela signifie que les cellules du tableau sélectionnées ne permettent pas de créer des cibles de comportement.
Pour connaître les règles de création des cibles de comportement, veuillez-vous référer au paragraphe "Création de cibles de Comportement" propre à chaque analyse.

Lorsque l'option est dégrisée et qu'elle est sélectionnée, la fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

A NOTER
Le libellé court doit être renseigné, dans le cas contraire la cible sera nommée "DEFAUT"

Cliquez sur "**OK**", la boîte de dialogue suivante apparaît :

Cliquez sur "**Oui**" pour confirmer cette création ou sur "**Non**" pour l'annuler.

IMPORTANT
Le seuil de création des cibles de Comportement est de 200 individus. Au-dessous de ce seuil, l'application *MMW* n'autorise pas la création, la boîte de dialogue suivante apparaît :

De plus, Lors de la construction d'une cible de comportement, *MMW* fournit également la taille de la cible. Cet effectif est à comprendre comme étant le résultat d'une analyse effectuée sur panel constant. Ainsi, en utilisant cette cible de comportement pour une analyse de comportement sur une autre période, la "mécanique" de rotation du panel fait que certains individus seront exclus du champ de l'analyse. C'est pour cela que le module "Cibles" (Partie "Outil) de *MMW* indique pour les cibles de comportement la date à laquelle elles ont été créées ainsi que l'effectif restant pour la dernière date renseignée en base.

L'application *MMW* vous propose alors de créer une cible complémentaire.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Ainsi, dans l'exemple d'une étude de Fidélité, vous pouvez créer la cible des individus touchés au moins 1 fois par un ensemble d'émissions à un seuil de vision donné, mais vous pouvez aussi créer la cible des individus non touchés avec le même seuil de vision.

ATTENTION
Lorsque vous créez une cible complémentaire au sens du comportement, *MMW* respecte les caractéristiques socio-démographiques. Par exemple, si vous travaillez sur la cible "Ménagères de 15-49 ans", et que vous avez créé la cible de comportement "Ménagères 15-49 ans touchées au moins 1 fois au seuil de 30% par un ensemble d'évènements", la cible complémentaire que vous seriez amené à créer serait bien constituée des Ménagères de 15-49 ans, mais il s'agirait des Ménagères 15-49 ans non touchées au seuil de 30% par la même série d'évènements.
Une autre notion de complément existe dans le module "Cibles", mais elle ne revêt pas la même signification.

4.1.6. Définition du panel constant

Toutes les analyses de Comportement sont basées sur la notion de panel constant et non sur la base des répondants jour utilisée dans le cadre des analyses dites standard (Table de Diffusion, Minute à Minute, Tranche Horaire, Structure d'Auditoire, Concurrence Frontale).

Panel constant sur une période d'analyse :
> Calcul portant sur une journée : le panel de travail correspond à la base répondants du jour d'analyse avec les poids du jour.
> Calcul portant sur une semaine : le panel de travail correspond à la base répondants du lundi de la semaine étudiée avec les poids du lundi.
> Calcul portant sur plus d'une semaine : le panel de travail est constitué de l'intersection des panels répondants des lundis de la période considérée.
Pour être pris en compte dans le panel constant, les individus doivent être répondants à 100% sur l'ensemble de la période (répondants chaque lundi de la période).
Pour définir le poids de chaque individu du panel constant, *MMW* applique une moyenne géométrique des poids de chaque lundi de la période.

4.2. L'analyse "Couverture et Répétition"

L'analyse COUVERTURE ET REPETITION permet de connaître pour une série d'événements, l'accumulation de couverture ainsi que la distribution de contacts.
L'analyse peut être faite sur des événements de type Tranches Horaires et/ou Programmes.
Cette analyse est basée sur le TM, il est donc impossible de paramétrer un seuil de vision.
Contrairement à l'analyse "Fidélité", elle tient compte de la proportion de vision de l'événement vu (contact avec durée de vision de 0 à 1)
Ex : 1 = événement vu à 100%
0 = événement non vu
0,5 = événement vu à 50%
…

A NOTER

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

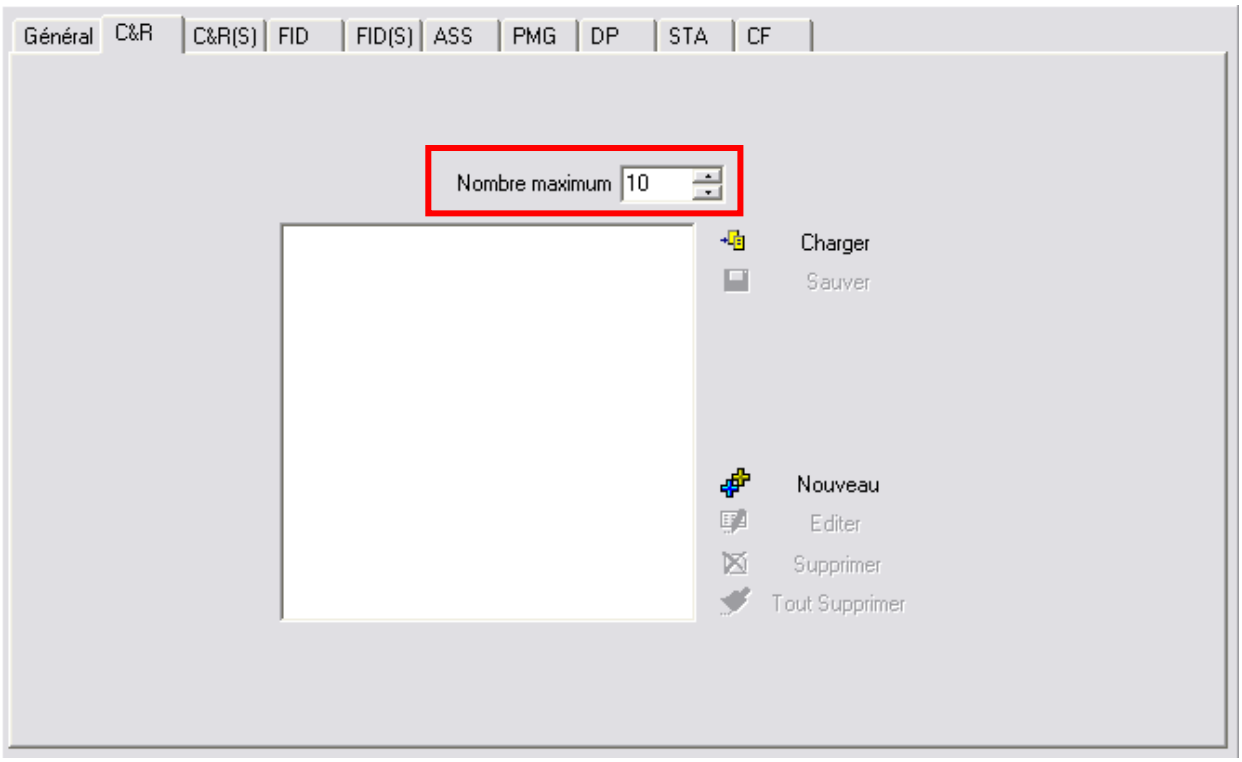
Aucun seuil de vision n'est appliqué dans l'analyse "Couverture et Répétition" dont le calcul est basé sur du TM%.
Cependant, un téléspectateur contribue au calcul de couverture quand il peut comptabiliser 0,5 contacts sur l'ensemble des événements analysés.
Il peut donc avoir vu 10% du premier événement et 40% du second.
Tous les événements contribuent de la même manière à la couverture et ce quelle que soit leur durée de diffusion.
Il est important de ne pas assimiler cette notion de contribution fixée 0,5 contacts minimum à un seuil de vision de 50% de la durée de diffusion cumulée car tous les événements n'ont pas forcément la même durée.
Pour exemple, 1 individu a vu :
10% de l'événement 1 d'une durée de 10 minutes => durée d'écoute = 00:01:00
et 40% de l'événement 2 d'une durée de 2 minutes => durée d'écoute = 00:00:48
Si l'on cumule les durées d'écoute de cet individu, on obtient 00:01:48 soit 15% de la durée cumulée de diffusion qui est de 12 minutes.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

4.2.1. Axe « Paramètres »

4.2.1.1. Paramétrages Spécifiques

Nombre maximum d'événements vus (Distribution des contacts)



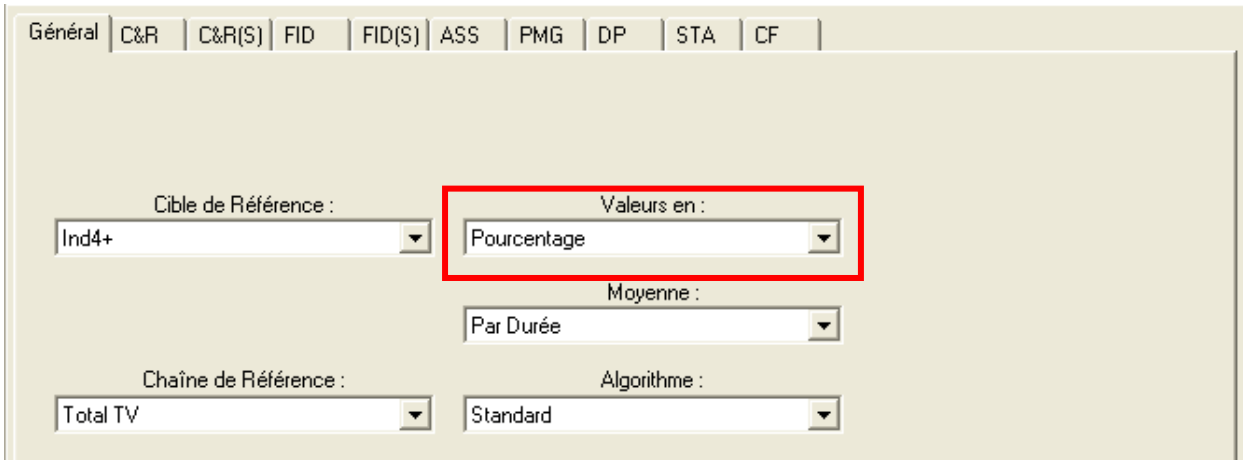
Valeur par défaut = 10

Le choix du nombre maximum d'événements vus permet de tronquer le tableau de résultats à droite (colonne Nombre exact d'événements vus) en n'affichant que le nombre d'événements vus de 1 à max-1 puis une dernière sous-colonne du tableau avec le "nombre maximum d'événements vus" et +.

4.2.1.2. Paramétrages Communs

Vous pouvez également paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés



Valeur par défaut = Pourcentage

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

4.2.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "Couverture et Répétition" portant sur l'indicateur "Taux Moyen", le paramétrage du seuil de vision n'est pas possible. La modification de ce paramètre ne sera donc pas prise en compte, les résultats resteront inchangés.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

4.2.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	du 14/11/2011 au 27/11/2011
Chaînes	TF1
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	METEO
Seuil de Vision	Pas de seuil de vision
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut) / Nombre maximum de contacts = 10 (valeur par défaut).
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode de Vision à Date																
						GRP	GRPE	Accu. GRP	Accu. GRPE	Répétition	Accu. Couv.	Accu. Ex	Nb Exact d'Evènements Vus									
													1	2	3	4	5	6	7	8	9	10+
Ind4+ - Eff. Pondéré [5752.4] - Effectif Brut [8735]																						
1	14/11/2011	20:49:17	00:02:38	TF1	METEO	12,1	7065	12,1	7065	-	11,9	6988	1,5	10,4	-	-	-	-	-	-	-	-
2	15/11/2011	20:44:57	00:01:59	TF1	METEO	12,1	7092	24,2	14157	1,2	19,9	11663	15,8	0,8	3,4	-	-	-	-	-	-	-
3	16/11/2011	20:50:16	00:02:33	TF1	METEO	14,4	8436	38,6	22593	1,4	28,3	16563	20,3	5,8	0,5	1,7	-	-	-	-	-	-
4	17/11/2011	20:47:32	00:02:24	TF1	METEO	12,1	7083	50,7	29676	1,6	32,2	18832	20,0	7,5	3,2	0,4	1,1	-	-	-	-	-
5	18/11/2011	20:49:04	00:02:51	TF1	METEO	11,2	6568	61,9	36244	1,7	36,0	21054	20,8	8,1	4,4	1,7	0,4	0,6	-	-	-	-
6	19/11/2011	20:42:37	00:03:09	TF1	METEO	8,5	4991	70,4	41235	1,8	38,3	22421	21,2	8,5	4,4	2,6	1,1	0,3	0,2	-	-	-
7	20/11/2011	20:48:36	00:03:11	TF1	METEO	14,8	8675	85,3	49909	2,0	42,4	24833	21,6	9,8	4,9	3,1	1,8	0,9	0,2	0,1	-	-
8	21/11/2011	20:49:48	00:02:31	TF1	METEO	11,4	6673	96,6	56582	2,2	44,4	25964	21,1	10,3	5,2	3,4	2,1	1,2	0,8	0,2	0,1	-
9	22/11/2011	20:32:53	00:01:59	TF1	METEO	8,5	4981	105,2	61563	2,3	45,6	26667	20,7	10,6	5,5	3,1	2,4	1,4	0,9	0,6	0,1	0,1
10	23/11/2011	20:48:52	00:02:35	TF1	METEO	14,1	8282	119,3	69845	2,5	48,3	28270	20,0	11,9	6,2	3,4	2,3	1,8	1,2	0,7	0,5	0,2
11	24/11/2011	20:49:24	00:02:00	TF1	METEO	12,1	7110	131,4	76955	2,6	49,9	29200	19,8	11,6	6,6	3,9	2,6	1,7	1,5	1,1	0,5	0,5
12	25/11/2011	20:49:34	00:02:37	TF1	METEO	11,9	6946	143,3	83901	2,8	51,8	30298	19,8	11,9	7,0	4,0	2,6	1,9	1,6	1,3	0,8	0,9
13	26/11/2011	20:46:26	00:02:02	TF1	METEO	8,0	4677	151,3	88578	2,9	53,0	31046	19,9	12,0	7,3	4,1	2,8	2,1	1,4	1,2	1,0	1,2
14	27/11/2011	20:49:28	00:03:17	TF1	METEO	15,3	8950	166,6	97528	3,0	55,9	32730	20,4	12,1	7,9	4,5	2,9	2,3	1,6	1,2	1,1	1,9

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

5752,4 — 5752,4 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011
8735 Individus de 4 ans et plus : Effectif brut du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011

11,4 / 6673 ➡ GRP et GRPE de l'émission "METEO" diffusée le 21/11/2011 sur TF1

ATTENTION : Le GRP donné dans l'analyse "Couverture & Répétition" peut être différent du TM% obtenu dans l'analyse "Table de Diffusion".
Il s'agit, en effet, d'un calcul basé sur un panel constant :
- qui ne prend pas en compte les invités
- et dont l'effectif (panel constant) est différent de l'effectif répondant jour utilisé notamment pour l'analyse "Table de Diffusion".

166,6 ➡ 166,6% d'accumulation de GRP : La diffusion de ces 14 émissions a généré 166,6 contacts auprès des Individus de 4 ans et plus.

ATTENTION : L'accumulation de GRP donnée dans l'analyse "Couverture & Répétition" peut être différent de celle obtenue dans l'analyse "Table de Diffusion".
Il s'agit, en effet, d'un calcul basé sur un panel constant :
- qui ne prend pas en compte les invités
- et dont l'effectif (panel constant) est différent de l'effectif répondant jour utilisé notamment pour l'analyse "Table de Diffusion".

55,9 ➡ 55,9% d'accumulation de Couverture : A l'issue de la 14ème diffusion, 55,9% des 5752,4 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins une des 14 émissions étudiées soit 32 730 000 individus de 4 ans et plus.
Après les 14 diffusions, l'accumulation de couverture est de 55,9% de la cible Individus de 4 ans et plus (somme des nombres exacts d'événements vus : 20,4 + 12,1 + 7,9 + 4,5 + 2,9 + 2,3 + 1,6 + 1,2 + 1,1 + 1,9)

3,0 ➡ 3,0 d'accumulation de Répétition : Sur la base des individus ayant eu au moins un contact avec ces 14 émissions, le nombre moyen de contacts est de 3,0.
(Rappel : Répétition = GRP / Couverture => 3,0 = 166,6 / 55,9)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

7,9 ➡ A la 14ème diffusion (celle du 27/11/2011), 7,9% de la cible Individus de 4 ans et plus ont vu exactement 3 des 14 émissions "METEO".

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

4.2.4. Création de cible de Comportement

Les indicateurs proposés dans l'analyse de Couverture et Répétition étant basés sur le Taux Moyen, la création de cible de comportement n'a pas de sens. La création de cibles de comportement à partir de l'analyse "Couverture et Répétition" n'est donc pas possible (l'option "Créer un cible" est d'ailleurs grisée).
Pour créer des cibles de comportement en rapport avec l'accumulation de téléspectateurs, le nombre exact d'événements vus… il est nécessaire d'utiliser l'analyse "Fidélité" dont les indicateurs portent sur le Taux Cumulé.

4.3. Analyse "Couverture & Répétition (Synthèse)"

L'analyse COUVERTURE ET REPETITION (SYNTHESE) correspond à la dernière ligne de l'analyse COUVERTURE ET REPETITION. Elle permet de connaître pour une série d'événements, la répétition moyenne , l'accumulation de couverture ainsi que la distribution des contacts au terme des n événements étudiés.
L'analyse peut être faite sur des événements de type Tranches Horaires et/ou Programmes.
Cette analyse est basée sur le TM, il est donc impossible de paramétrer un seuil de vision.
Contrairement à l'analyse "Fidélité", elle tient compte de la proportion de vision de l'événement vu (contact avec durée de vision de 0 à 1)
Ex : 1 = événement vu à 100%
0 = événement non vu
0,5 = événement vu à 50%
…

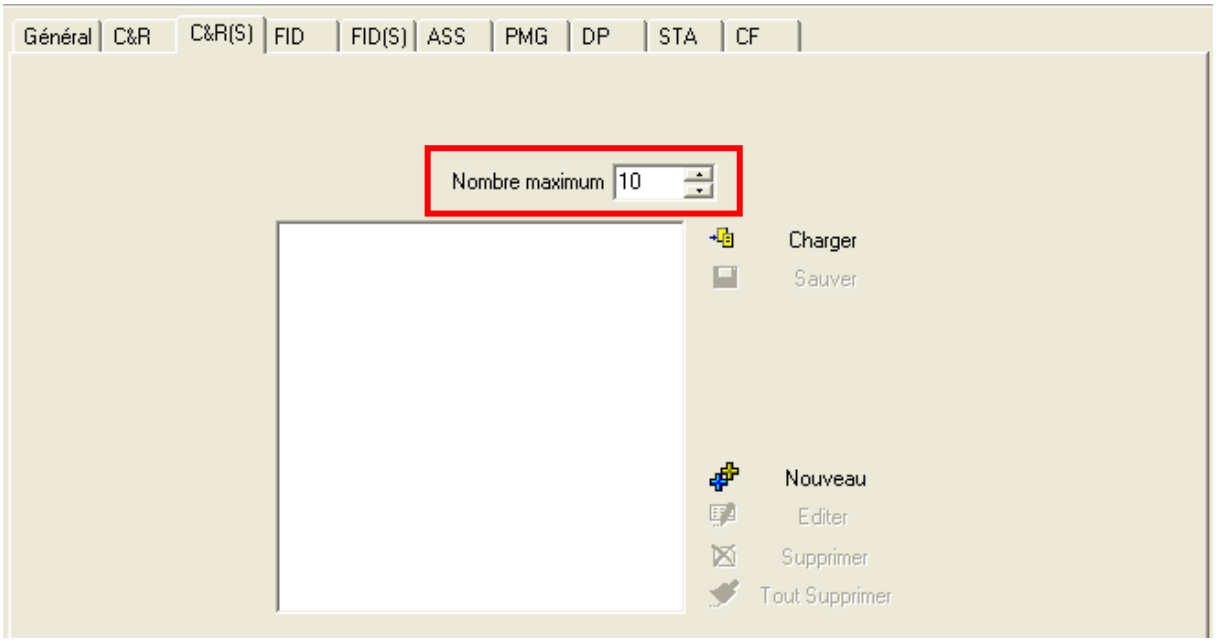
A NOTER
Aucun seuil de vision n'est appliqué dans l'analyse "Couverture et Répétition (Synthèse)" dont le calcul est basé sur du TM%.
Cependant, un téléspectateur contribue au calcul de couverture quand il peut comptabiliser 0,5 contacts sur l'ensemble des événements analysés.
Il peut donc avoir vu 10% du premier événement et 40% du second.
Tous les événements contribuent de la même manière à la couverture et ce quelle que soit leur durée de diffusion.
Il est important de ne pas assimiler cette notion de contribution fixée 0,5 contacts minimum à un seuil de vision de 50% de la durée de diffusion cumulée car tous les événements n'ont pas forcément la même durée.
Pour exemple, 1 individu a vu :
10% de l'événement 1 d'une durée de 10 minutes => durée d'écoute = 00:01:00
et 40% de l'événement 2 d'une durée de 2 minutes => durée d'écoute = 00:00:48
Si l'on cumule les durées d'écoute de cet individu, on obtient 00:01:48 soit 15% de la durée cumulée de diffusion qui est de 12 minutes.

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

4.3.1. Axe « Paramètres »

4.3.1.1. Paramétrages Spécifiques

Nombre maximum d'événements vus (Distribution des contacts)

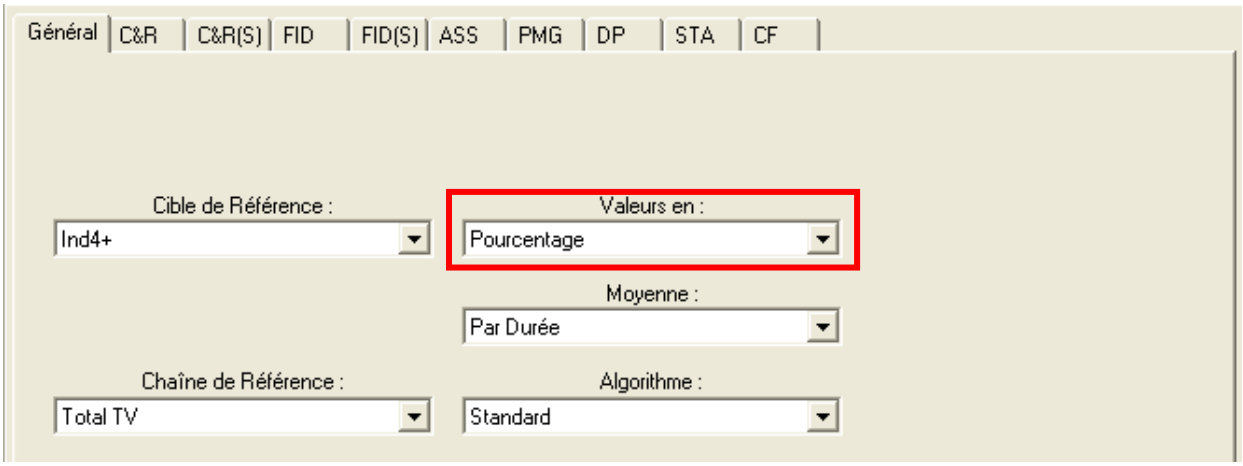


Valeur par défaut = 10

Le choix du nombre maximum d'événements vus permet de tronquer le tableau de résultats à droite (colonne Nombre exact d'événements vus) en n'affichant que le nombre d'événements vus de 1 à max-1 puis une dernière sous-colonne du tableau avec le "nombre maximum d'événements vus" et +.

4.3.1.2. Paramétrages Communs

Vous pouvez également paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :



Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Valeur par défaut = Pourcentage

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

4.3.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "Couverture et Répétition (Synthèse)" portant sur l'indicateur "Taux Moyen", le paramétrage du seuil de vision n'est pas possible. La modification de ce paramètre ne sera donc pas prise en compte, les résultats resteront inchangés.

4.3.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	du 14/11/2011 au 27/11/2011
Chaînes	TF1
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	METEO (14 émissions)
Seuil de Vision	Pas de seuil de vision
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut) / Nombre maximum de contacts = 10 (valeur par défaut).
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Mode de Vision à Date															
	Accu. GRP	Accu. GRPE	Répétition	Accu. Couv.	Accu. Ex	Nb Exact d'Evènements Vus										
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10+
Ind4+ - Eff. Pondéré [5752.4] - Effectif Brut [8735]																
1	166,6	97528	3,0	55,9	32730	20,4	12,1	7,9	4,5	2,9	2,3	1,6	1,2	1,1	1,9

5752,4 → 5752,4 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011
8735 Individus de 4 ans et plus : Effectif brut du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011

166,6 → 166,6% d'accumulation de GRP : La diffusion de ces 14 émissions a généré 166,6 contacts auprès des Individus de 4 ans et plus.

3,0 → 3,0 d'accumulation de Répétition : Sur la base des individus ayant eu au moins un contact avec ces 14 émissions, le nombre moyen de contacts est de 3,0.
(Rappel : Répétition = GRP / Couverture => 3,0 = 166,6 / 55,9)

55,9 → 55,9% d'accumulation de Couverture : A l'issue de la 14ème diffusion, 55,9% des 5752,4 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins une des 14 émissions étudiées soit 32 730 000 individus de 4 ans et plus.
Après les 14 diffusions, l'accumulation de couverture est de 55,9% de la cible Individus de 4 ans et plus (somme des nombres exacts d'événements vus : 20,4 + 12,1 + 7,9 + 4,5 + 2,9 + 2,3 + 1,6 + 1,2 + 1,1 + 1,9)

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

7,9 ➡ A la 14ème diffusion (celle du 27/11/2011), 7,9% de la cible Individus de 4 ans et plus ont vu exactement 3 des 14 émissions "METEO".

IMP : Les indicateurs Accu. GRP et Accu. GRPE donnés dans l'analyse "Couverture & Répétition (Synthèse)" ne sont pas égaux aux indicateurs Accu. TM% et Accu. TME obtenus dans les analyses Standard "Table de Diffusion", « Minute à Minute » et « Concurrence frontale ». Il s'agit, en effet, d'un calcul basé sur un panel constant :
- qui ne prend pas en compte les invités
- et dont l'effectif (panel constant) est différent de l'effectif répondant jour utilisé notamment pour l'analyse "Table de Diffusion".

4.3.4. Création de cible de Comportement

Les indicateurs proposés dans l'analyse de Couverture et Répétition (Synthèse) étant basés sur le Taux Moyen, la création de cible de comportement n'a pas de sens. La création de cibles de comportement à partir de l'analyse "Couverture et Répétition (Synthèse)" n'est donc pas possible (l'option "Créer un cible" est d'ailleurs grisée).
Pour créer des cibles de comportement en rapport avec l'accumulation de téléspectateurs, le nombre exact d'événements vus… utilisez les analyses "Fidélité" ou « Fidélité (Synthèse) » dont les indicateurs portent sur le Taux Cumulé.

4.4. Analyse « Fidélité »

L'analyse FIDELITE permet de connaître pour une série d'événements, le nombre de personnes ayant vu au moins une diffusion, exactement 1 diffusion, exactement 2 diffusions ...., le nombre moyen de diffusions vues.
Elle permet également de créer des cibles en fonction du degré de fidélité à la série de diffusions.
L'analyse peut être faite sur des événements de type Tranches Horaires et/ou Programmes.
Cette analyse propose le paramétrage d'un seuil de vision (définition d'un téléspectateur) puisqu'elle est basée sur le Taux Cumulé (TC%).
L'interprétation principale de l'analyse "Fidélité" est "Vu / Pas vu" et ce quelle que soit la durée de vision de l'événement.
Deux individus ayant vu un même événement mais avec des durées de vision différentes, contribuent de la même manière à la fidélité de ce même événement.

Ex :
Individu 1 a vu 10 sec. du programme A
Individu 2 a vu 10 min. du programme A
=> On considère que l'individu 1 comme l'individu 2 ont eu chacun 1 contact
La durée de vision n'entre pas en considération dans le calcul de l'indicateur Taux Cumulé (TC%) sur lequel est basée l'analyse "Fidélité".

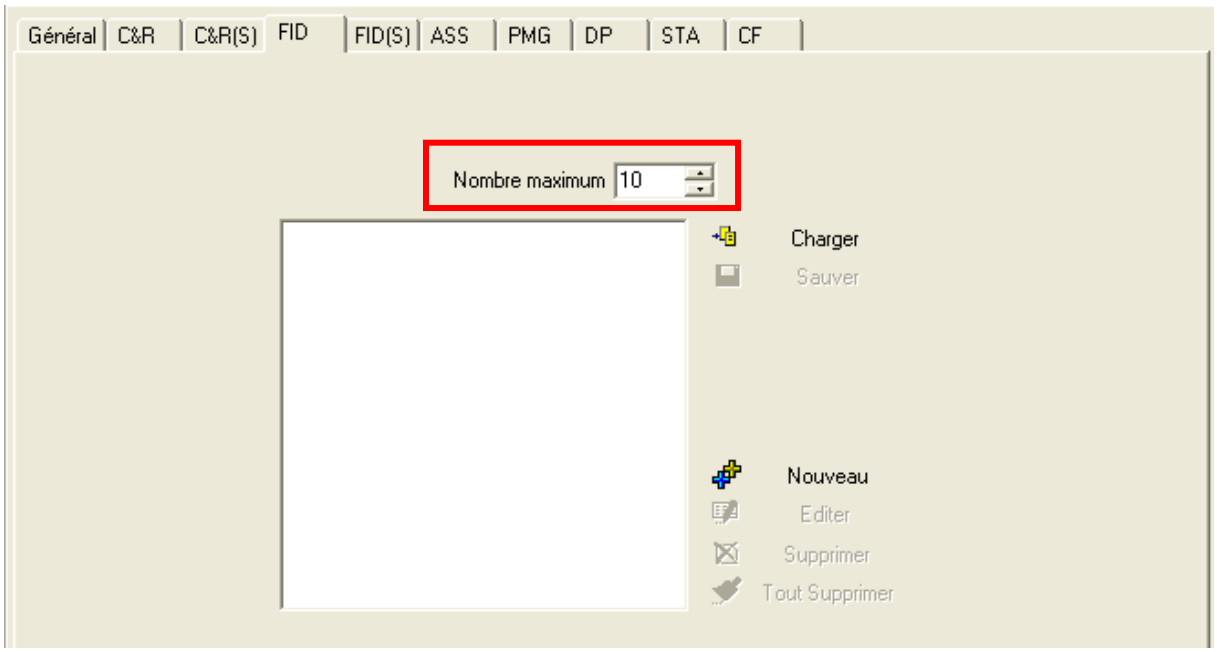
Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

4.4.1. Paramétrages

4.4.1.1. Paramétrages Spécifiques

Nombre maximum d'événements vus (Distribution des contacts)

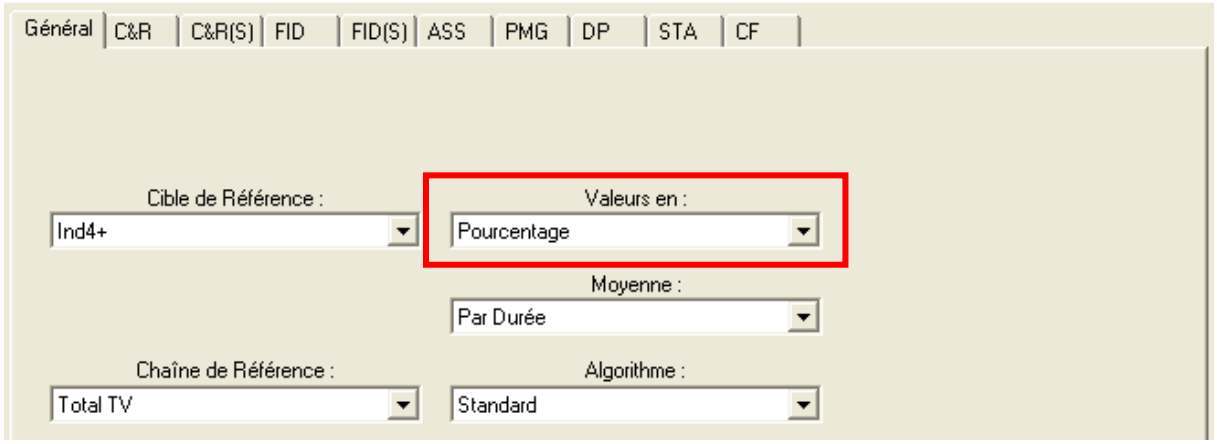


Valeur par défaut = 10

Le choix du nombre maximum d'événements vus permet de tronquer le tableau de résultats à droite (colonne Nombre exact d'événements vus) en n'affichant que le nombre d'événements vus de 1 à max-1 puis une dernière sous-colonne du tableau avec le "nombre maximum d'événements vus" et +.

4.4.1.2. Paramétrages Communs

Vous pouvez tout de même paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :



Valeur par défaut = Pourcentage

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

4.4.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "Fidélité" portant sur l'indicateur "Taux Cumulé", le paramétrage du seuil de vision est possible (CF paragraphe 4.1.2 Axe « Seuil de Vision » (ou Définition du Téléspectateur).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

4.4.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	Du 14 au 27 novembre 2011
Chaînes	France 2
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	20 HEURES LE JOURNAL
Seuil de Vision	Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut)
	Nombre maximum d'événements vus = 7
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode de Vision à Date												
						TC%	TCE	Répétition	Accu. Téléspect.	Accu. Ex	Nb Exact d'Evènements Vus							
											1	2	3	4	5	6	7+	
Ind4+ - Eff. Pondéré [5752.4] - Effectif Brut [8735]																		
1	14/11/2011	19:58:01	00:39:17	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,0	9963	1,0	17,0	9963	17,0	-	-	-	-	-	-	
2	15/11/2011	19:58:07	00:37:25	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,8	8643	1,4	22,5	13195	13,3	9,2	-	-	-	-	-	
3	16/11/2011	19:58:09	00:41:09	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,1	10012	1,8	27,6	16159	13,3	7,3	7,0	-	-	-	-	
4	17/11/2011	19:58:06	00:40:56	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	15,0	8794	2,1	30,4	17812	12,7	7,3	5,0	5,4	-	-	-	
5	18/11/2011	19:58:04	00:41:26	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,4	8441	2,4	33,1	19364	13,4	6,5	4,9	4,3	4,0	-	-	
6	19/11/2011	19:58:18	00:40:20	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	16,6	9736	2,5	37,6	22009	15,4	7,1	4,6	4,1	3,3	3,1	-	
7	20/11/2011	19:58:27	00:44:07	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	22,1	12921	2,7	42,8	25064	16,7	8,2	5,0	3,7	3,5	3,1	2,6	
8	21/11/2011	19:58:04	00:39:22	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,1	10011	3,0	44,5	26042	16,6	8,2	4,9	3,6	2,9	3,1	5,2	
9	22/11/2011	19:58:04	00:45:00	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	18,6	10873	3,2	47,3	27668	17,1	8,6	5,1	3,4	3,0	2,7	7,4	
10	23/11/2011	19:58:17	00:39:36	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,5	10263	3,5	48,8	28596	17,2	8,3	5,3	3,6	2,8	2,6	9,2	
11	24/11/2011	19:58:00	00:36:40	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	15,1	8828	3,7	50,0	29264	17,2	8,4	5,1	3,6	2,9	2,3	10,5	
12	25/11/2011	19:58:07	00:39:49	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	13,5	7927	3,9	50,9	29800	17,0	8,8	4,9	3,5	2,8	2,4	11,4	
13	26/11/2011	19:57:57	00:37:51	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,7	8578	4,1	52,4	30678	16,9	9,2	5,1	3,8	2,8	2,5	12,1	
14	27/11/2011	19:57:58	00:41:21	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	19,1	11163	4,3	54,4	31859	16,9	9,7	5,2	3,8	2,9	2,6	13,4	

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

Mediametrie

5752,4 → 5752,4 Individus de 4 ans et plus : Effectif Pondéré du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011
8735 Individus de 4 ans et plus : Effectif Brut du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011

16,6 / 9736 → TC% et TCE de l'émission "20 HEURES LE JOURNAL" diffusée le 19/11/2011 sur France 2

4,3 → Sur la base des individus de 4 ans et plus ayant vu au moins un événement (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives) parmi tous les événements analysés (14 programmes), le nombre moyen d'événements vus est de 4,3.

54,4 → Après les 14 diffusions, 54,4% de la cible des 5752,4 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins un événement (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives) soit 31 859 000 individus de 4 ans et plus.
Après les 14 diffusions, l'accumulation de téléspectateurs est de 54,4% de la cible Individus de 4 ans et plus (somme des nombres exacts d'événements vus : 16,9 + 9,7 + 5,2 + 3,8 + 2,9 + 2,6 + 13,4)

5,2 → A la 14ème diffusion (celle du 27/11/2011), 5,2% de la cible Individus de 4 ans et plus ont vu exactement 3 des 14 émissions « 20 HEURES LE JOURNAL » (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives).

Copyright Médiamétrie 2013 © - Tous droits réservés

4.4.4. Création de cible de comportement

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode de Vision à Date												
						TC%	TCE	Répétition	Accu. Téléspect.	Accu. Ex	Nb Exact d'Evènements Vus							
											1	2	3	4	5	6	7+	
Ind4+ - Eff. Pondéré [5752.4] - Effectif Brut [8735]																		
1	14/11/2011	19:58:01	00:39:17	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,0	9963	1,0	17,0	9963	17,0	-	-	-	-	-	-	
2	15/11/2011	19:58:07	00:37:25	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,8	8643	1,4	22,5	13195	13,3	9,2	-	-	-	-	-	
3	16/11/2011	19:58:09	00:41:09	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,1	10012	1,8	27,6	16159	13,3	7,3	7,0	-	-	-	-	
4	17/11/2011	19:58:06	00:40:56	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	15,0	8794	2,1	30,4	17812	12,7	7,3	5,0	5,4	-	-	-	
5	18/11/2011	19:58:04	00:41:26	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,4	8441	2,4	33,1	19364	13,4	6,5	4,9	4,3	4,0	-	-	
6	19/11/2011	19:58:18	00:40:20	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	16,6	9736	2,5	37,6	22009	15,4	7,1	4,6	4,1	3,3	3,1	-	
7	20/11/2011	19:58:27	00:44:07	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	22,1	12921	2,7	42,8	25064	16,7	8,2	5,0	3,7	3,5	3,1	2,6	
8	21/11/2011	19:58:04	00:39:22	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,1	10011	3,0	44,5	26042	16,6	8,2	4,9	3,6	2,9	3,1	5,2	
9	22/11/2011	19:58:04	00:45:00	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	18,6	10873	3,2	47,3	27668	17,1	8,6	5,1	3,4	3,0	2,7	7,4	
10	23/11/2011	19:58:17	00:39:36	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	17,5	10263	3,5	48,8	28596	17,2	8,3	5,3	3,6	2,8	2,6	9,2	
11	24/11/2011	19:58:00	00:36:40	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	15,1	8828	3,7	50,0	29264	17,2	8,4	5,1	3,6	2,9	2,3	10,5	
12	25/11/2011	19:58:07	00:39:49	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	13,5	7927	3,9	50,9	29800	17,0	8,8	4,9	3,5	2,8	2,4	11,4	
13	26/11/2011	19:57:57	00:37:51	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	14,7	8578	4,1	52,4	30678	16,9	9,2	5,1	3,8	2,8	2,5	12,1	
14	27/11/2011	19:57:58	00:41:21	France 2	20 HEURES LE JOURNAL	19,1	11163	4,3	54,4	31859	16,9	9,7	5,2	3,8	2,9	2,6	13,4	

=> L'utilisateur choisit les cellules du tableau permettant de déterminer la population qui constituera la nouvelle cible de comportement. Seules les cellules de la partie encadrée en rouge permettent de créer des cibles de comportement.

EX :
Sélection des cellules encadrées en vert => Création de la cible de comportement "Individus de 4 ans et plus ayant vu au moins 3 des émissions "20 HEURES LE JOURNAL" sur les 14 analysées (seuil de vision = 10 secondes consécutives).

4.5. Analyse "Fidélité (Synthèse)"

L'analyse « FIDELITE (Synthèse) » correspond à la dernière ligne de l'analyse « FIDELITE ». Elle permet de connaître pour une série d'événements, le nombre de personnes ayant vu au moins une diffusion, exactement 1 diffusion, exactement 2 diffusions ...., le nombre moyen de diffusions vues au terme des n événements analysés.
Elle permet également de créer des cibles en fonction du degré de fidélité à la série de diffusions.
L'analyse peut être faite sur des événements de type Tranches Horaires et/ou Programmes.
Cette analyse propose le paramétrage d'un seuil de vision (définition d'un téléspectateur) puisqu'elle est basée sur le Taux Cumulé (TC%).
L'interprétation principale de l'analyse "Fidélité" est "Vu / Pas vu" et ce quelle que soit la durée de vision de l'événement.
Deux individus ayant vu un même événement mais avec des durées de vision différentes, contribuent de la même manière à la fidélité de ce même événement.

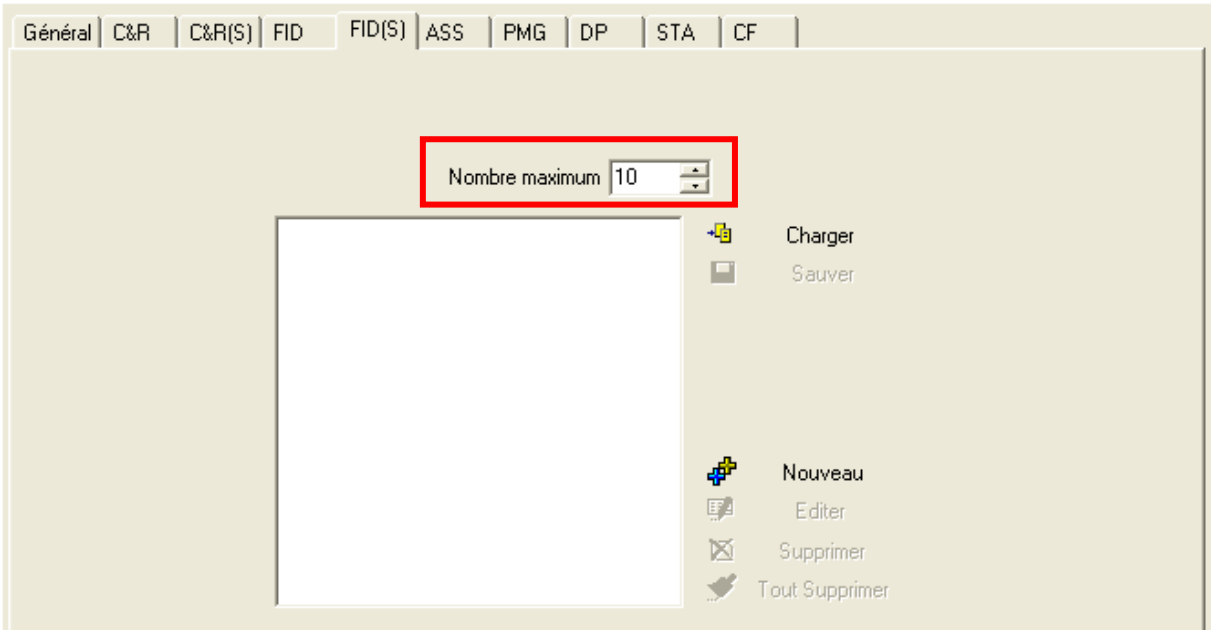
Ex :
Individu 1 a vu 10 sec. du programme A
Individu 2 a vu 10 min. du programme A
=> On considère que l'individu 1 comme l'individu 2 ont eu chacun 1 contact
La durée de vision n'entre pas en considération dans le calcul de l'indicateur Taux Cumulé (TC%) sur lequel est basée l'analyse "Fidélité".

Copyright Médiamétrie

4.5.1. Axe « Paramètres »

4.5.1.1. Paramétrages Spécifiques

Nombre maximum d'événements vus (Distribution des contacts)

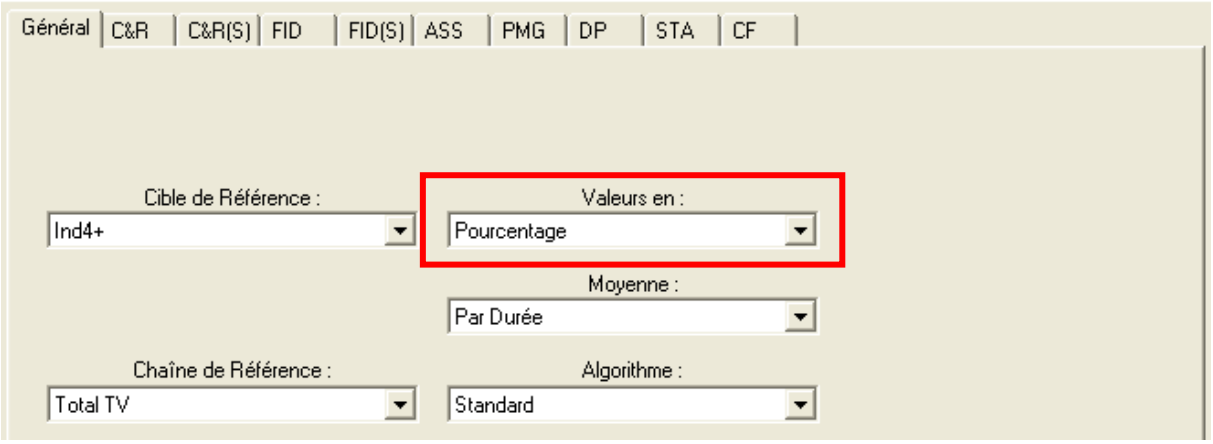


Valeur par défaut = 10

Le choix du nombre maximum d'événements vus permet de tronquer le tableau de résultats à droite (colonne Nombre exact d'événements vus) en n'affichant que le nombre d'événements vus de 1 à max-1 puis une dernière sous-colonne du tableau avec le "nombre maximum d'événements vus" et +.

4.5.1.2. Paramétrages Communs

Vous pouvez tout de même paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :



Valeur par défaut = Pourcentage

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

Copyright Médiamétrie

4.5.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "Fidélité (Synthèse)" portant sur l'indicateur "Taux Cumulé", le paramétrage du seuil de vision est possible (CF paragraphe 5.1.2 "Seuil de Vision")

4.5.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	Du 14 au 27 novembre 2011
Chaînes	France 2
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	20 HEURES LE JOURNAL
Seuil de Vision	Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut) Nombre maximum d'événements vus = 7
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Mode de Vision à Date									
	Répétition	Accu. Téléspect.	Accu. Ex	Nb Exact d'Evènements Vus						
				1	2	3	4	5	6	7+
Ind4+ - Eff. Pondéré [5752.4] - Effectif Brut [8735]										
1	4,3	54,4	31859	16,9	9,7	5,2	3,8	2,9	2,6	13,4

5752,4 ➡ 5752,4 Individus de 4 ans et plus : Effectif Pondéré du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011.
8735 Individus de 4 ans et plus : Effectif Brut du panel constant sur la période 14/11/2011 – 27/11/2011.

4,3 ➡ Sur la base des individus de 4 ans et plus ayant vu au moins un événement (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives) parmi tous les événements analysés (14 programmes), le nombre moyen d'événements vus est de 4,3.

54,4 ➡ Après les 14 diffusions, 54,4% de la cible des 5752,4 Individus de 4 ans et plus (effectif pondéré du panel constant) ont vu au moins un événement (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives) soit 31 859 000 individus de 4 ans et plus.
Après les 14 diffusions, l'accumulation de téléspectateurs est de 54,4% de la cible Individus de 4 ans et plus (somme des nombres exacts d'événements vus : 16,9 + 9,7 + 5,2 + 3,8 + 2,9 + 2,6 + 13,4)

5,2 ➡ A la 14ème diffusion (celle du 27/11/2011), 5,2% de la cible Individus de 4 ans et plus ont vu exactement 3 des 14 émissions « 20 HEURES LE JOURNAL » (au seuil de vision défini => dans cet exemple 10 secondes consécutives).

Copyright Médiamétrie

4.5.4. Création de cible de comportement

Comme pour l'analyse « Fidélité », vous avez la possibilité de créer des cibles de comportement. Pour connaître le mode de création d'une cible de comportement, référez-vous au paragraphe précédent.

4.6. Analyse « Assiduité »

L'analyse ASSIDUITE permet de découper la population des téléspectateurs d'un événement ou d'une série d'événements en fonction de leur durée d'écoute et d'étudier la taille des différents groupes de ce découpage.
Cette analyse prend donc tous les évènements du panier d'évènements pour établir une dispersion de la DEI de la "somme" de ces évènements. (Somme au sens où *MMW* cumule les DEI des individus sur les évènements).

Le découpage des téléspectateurs peut se faire selon des pas allant de 5% à 33% de la durée cumulée des événements analysés.
=> Il s'agit donc d'une répartition en tranche de l'offre (Diffusion).

Pour chacune des classes de pas ainsi constituées, vous verrez apparaître :
- la DEI moyenne de chacune des classes de pas
- les valeurs minimum et maximum de la classe de pas
- l'effectif pondéré des individus présents dans la classe de pas
- l'effectif brut des individus présents dans la classe de pas
- le pourcentage des individus présents dans la classe de pas par rapport à l'effectif total de la cible analysée.

De plus, une colonne spécifique isolera les non-téléspectateurs.

Elle permet également de créer des cibles en fonction du degré d'assiduité à la série de diffusions.

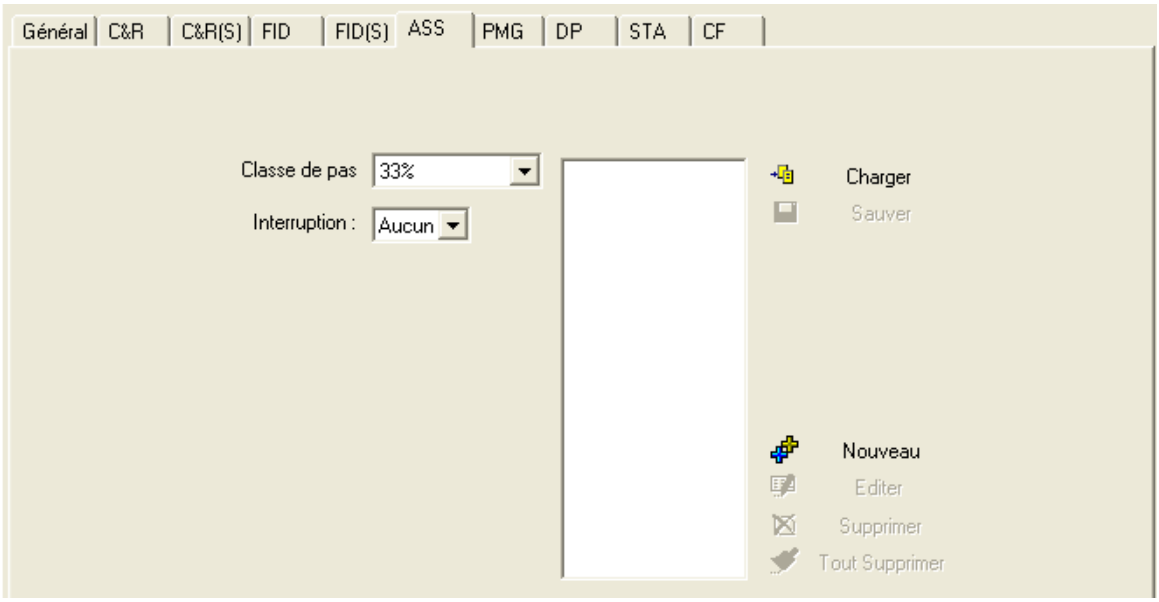
L'analyse peut être faite sur des événements de type Tranches Horaires et/ou Programmes.

4.6.1. Axe « Paramètres »

4.6.1.1. ***Paramétrages Spécifiques***

Classe de pas et Interruption

Copyright Médiamétrie



> Classe de pas

Valeur par défaut = 33%

Valeurs paramétrables = 5% ; 10% ; 20% ; 25% ; 33% ; 50% ; 100%

Ce paramétrage est utilisé pour découper la population des téléspectateurs d'un programme ou d'une tranche horaire, d'un ensemble de programmes ou de tranches horaires.

> Interruption

Valeur par défaut = Aucun

Ce paramètre permet de choisir la limite supérieure de la distribution. Par exemple, si vous choisissez une valeur d'interruption à 60%, la dernière colonne du tableau regroupera les valeurs entre 60% et 100%.

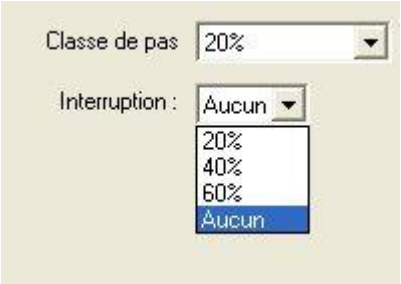
	Indicateur	Classe de pas				
		0%	0% - 20%	20% - 40%	40% - 60%	60% - 100%
⊟ Ind 4+ - Eff. Pondéré[5261.6]						
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:18:53	03:23:08	05:47:43	09:24:38
2	Min	00:00:00	00:00:01	02:20:16	04:41:22	07:07:34
3	Max	00:00:00	02:19:11	04:35:45	06:58:25	11:09:08
4	Eff. Pondéré	2613.6	2444.2	106.3	48.1	49.5

Le contenu du menu déroulant se rafraîchit automatiquement en fonction de la classe de pas sélectionnée.

Ex :

- Si le pas paramétré est 10%, les valeurs proposées pour paramétrer l'interruption seront de fait 10% ; 20% ; 30% ; ... et 80%.

- Si le pas paramétré est 20%, les valeurs proposées pour paramétrer l'interruption seront de fait 20% ; 40% et 60%.



Copyright Médiamétrie

4.6.1.2. ***Paramétrages Communs***

Aucun des paramétrages communs proposés dans l'onglet "Général" ne correspond à l'analyse "Assiduité".

4.6.2. *Axe « Seuil de Vision »*

L'analyse "Assiduité" portant sur l'indicateur "DEI" (Durée d'Ecoute Individuelle), le paramétrage du seuil de vision n'est pas possible. La modification du ce paramètre ne sera donc pas prise en compte, les résultats resteront inchangés.

4.6.3. *Interprétation des résultats*

DONNEES EN ENTREE

Dates	Juillet 2007
Chaînes	France 2
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	Pourquoi les manchots n'ont-ils pas froid aux pieds ?
	(17 émissions => Durée cumulée = 11:37:29)
Seuil de Vision	**valeur non modifiable par l'utilisateur**
Paramètres	Classe de pas = 33% ; Interruption = Aucun (Valeurs par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Indicateur	Classe de pas			
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%
Individus de 4 ans et plus - Eff. Pondéré [5261.6] - Effectif Brut [5916]					
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:24:17	05:28:10	09:44:27
2	Min	00:00:00	00:00:01	03:52:52	07:55:16
3	Max	00:00:00	03:52:08	07:43:19	11:09:08
4	Pourcentage	49.7	48.0	1.5	0.8
5	Eff. Pondéré	2613.6	2525.4	80.4	42.3
6	Effectif Brut	3139	2685	62	30

5261,6 / 5916 ➡ 5261.6 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 09/07/2007 – 31/07/2007

00:24:17 ➡ DEI Moyenne = Durée d'écoute individuelle cumulée moyenne des 17 programmes analysés pour la classe de pas « 0%-33% ».
Individus ayant vu entre 0 et 33% de la durée totale de diffusion des 17 programmes soit une DEI comprise entre 0 et 232 minutes (11:37:00 / 3).
Un téléspectateur de cette classe a une DEI moyenne cumulée de 00:24:17 soit une DEI moyenne de 00:01:25 par programme.

00:00:01 ➡ Min = DEI Minimale cumulée des 17 programmes analysés pour la classe de pas « 0%-33% » ("Les téléspectateurs peu assidus")
L'individu de cette classe qui a la plus petite DEI a une DEI de 00:00:01

Copyright Médiamétrie

03:52:08 ➡ Max = DEI Maximale cumulée des 17 programmes analysés pour la classe de pas « 0%-33% » ("Les téléspectateurs peu assidus")
L'individu de cette classe qui a la plus grande DEI a une DEI de 03:52:08

48,0 ➡ Pourcentage = Pourcentage des individus présents dans la classe de pas « Peu assidus » par rapport à l'effectif total de la cible. 48% des individus de 4 ans et plus (5916 Ind.) ont vu entre 0 et 33% de la durée totale de diffusion des 17 programmes.

2525,4 ➡ Eff. Pondéré = Effectif pondéré des individus présents dans la classe de pas « Peu assidus ». 2525,4 individus ont vu entre 0 et 33% de la durée totale de diffusion des 17 programmes.

2685 ➡ Effectif Brut = Effectif brut des individus présents dans la classe de pas « Peu assidus ». 2685 individus ont vu entre 0 et 33% de la durée totale de diffusion des 17 programmes.

A Noter : 3139 individus n'ont vu aucun des 17 programmes (Classe de pas 0%)

4.6.4. Création de cible de comportement

	Indicateur	Classe de pas			
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%
Individus de 4 ans et plus - Eff. Pondéré [5261.6] - Effectif Brut [5916]					
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:24:17	05:28:10	09:44:27
2	Min	00:00:00	00:00:01	03:52:52	07:55:16
3	Max	00:00:00	03:52:08	07:43:19	11:09:08
4	Pourcentage	49.7	48.0	1.5	0.8
5	Eff. Pondéré	2613.6	2525.4	80.4	42.3
6	Effectif Brut	3139	2685	62	30

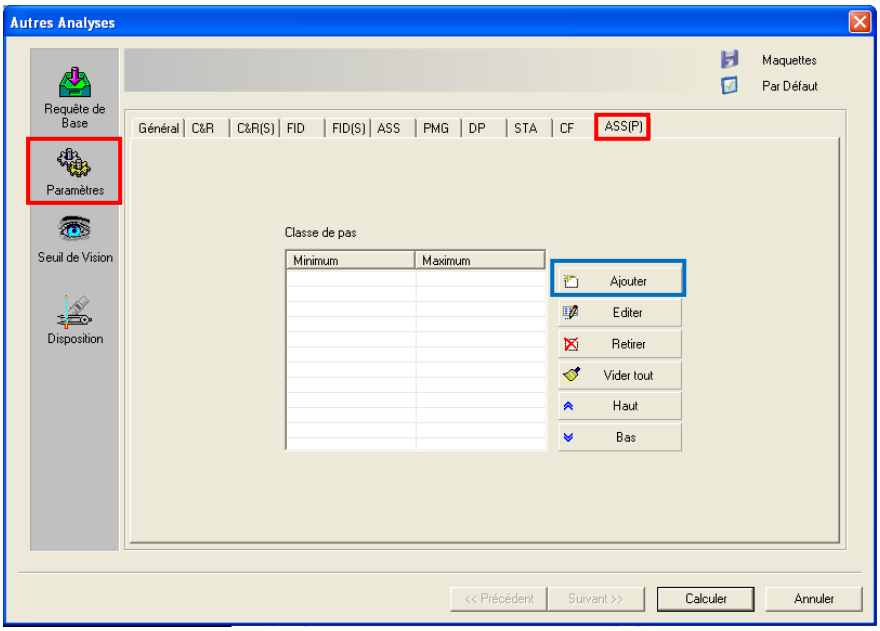
=> L'utilisateur choisit les cellules du tableau permettant de déterminer la population qui constituera la nouvelle cible de comportement. Seules les cellules de la partie encadrée en rouge permettent de créer des cibles de comportement.
Lorsque l'utilisateur sélectionne une cellule, l'application *MMW* prend donc en compte l'effectif pour la cible de la classe de pas correspondante pour la création de la cible de comportement.

EX :
Sélection d'une des cellules encadrées en vert => Création de la cible de comportement "Individus de 4 ans et plus peu et moyennement assidus au 17 émissions "Pourquoi les manchots n'ont-ils pas froid aux pieds ?" de France 2.
=> 2747 individus bruts du panel constant (2685 + 62).

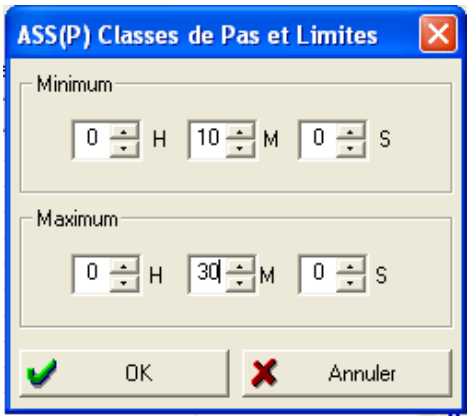
4.7. Analyse « Assiduité Personnalisée »

Cette analyse d'assiduité propose aux utilisateurs de paramétrer leur propre classe de pas en durée. Pour paramétrer ces propres classes de pas, il suffit de cliquer sur l'onglet « **ASS(P)** » disponible au niveau de l'axe « **Paramètres** ».

Copyright Médiamétrie



Pour entrer les classes de pas souhaitées, cliquer sur le bouton « **Ajouter** », la fenêtre suivante apparaît :



Il suffit alors d'entrer les différentes classes de pas souhaitées.

A Noter
La classe de pas « Non Téléspectateurs » (durée d'écoute = 00 :00 :00) sera automatiquement restituée dans le tableau de résultats.

4.8. Analyse "P.M.G." (Petits / Moyens / Gros consommateurs)

L'analyse PMG (Petit, Moyen, Gros consommateurs) permet de découper la population des téléspectateurs d'un événement ou d'une série d'événements en groupes de même taille en fonction de leur durée d'écoute.
=> Il s'agit donc d'une répartition en tranche d'une consommation.

Pour chacune des classes de pas ainsi constituées, vous verrez apparaître :

- la DEI moyenne de la classe de pas
- les valeurs minimum et maximum de la classe de pas
- l'effectif pondéré de la classe de pas
- l'effectif brut de la classe de pas
- le pourcentage des individus présents dans la classe de pas par rapport à l'effectif total de la cible analysée.

Copyright Médiamétrie

De plus, une colonne spécifique isolera les non-téléspectateurs (information identique à l'étude d'assiduité).

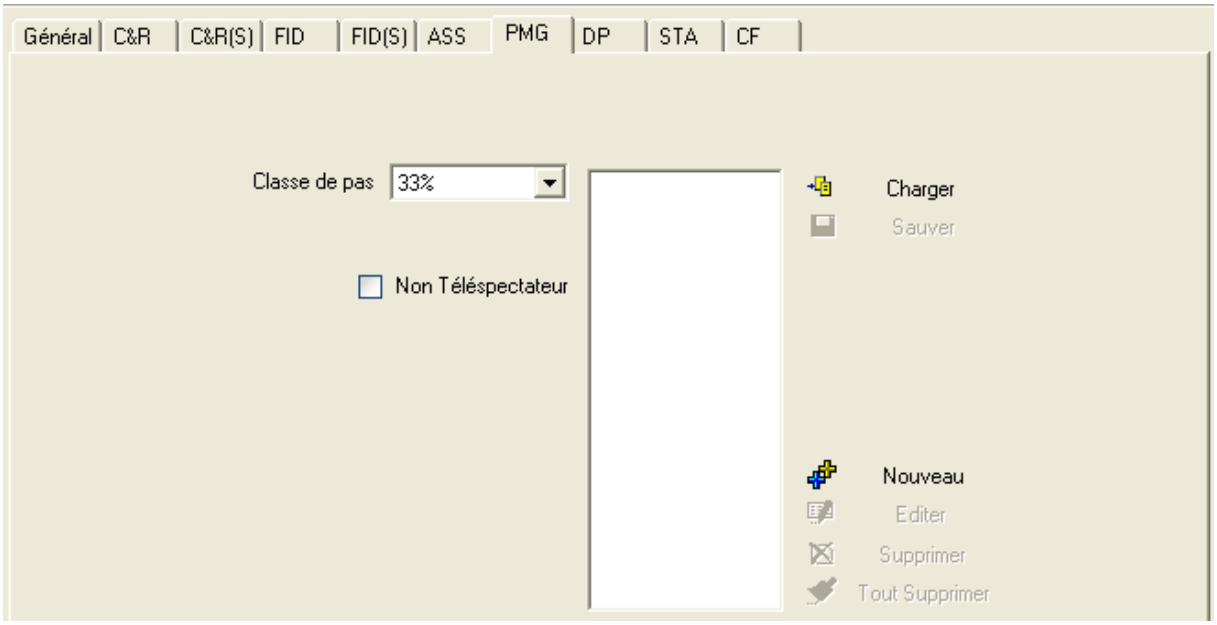
Les groupes peuvent également être utilisés pour créer des cibles de comportement.

L'analyse peut être faite sur des tranches horaires et/ou des programmes.

4.8.1. Axe « Paramètres »

4.8.1.1. Paramétrages Spécifiques

Classe de pas et Non téléspectateurs



> Classe de pas
Valeur par défaut = 33%
Valeurs paramétrables = 5% ; 10% ; 20% ; 25% ; 33% ; 50% ; 100%
Ce paramétrage est utilisé pour découper la population des téléspectateurs d'un programme ou d'une tranche horaire, d'un ensemble de programmes ou de tranches horaires.

> Non téléspectateur
Valeur par défaut = case non cochée (les non téléspectateurs sont isolés)

Par défaut, cette case est non cochée c'est-à-dire que les non téléspectateurs sont isolés dans la première colonne du tableau (0%) et ne sont donc pas comptabilisés dans la première classe de pas paramétrée.
Si cette case est cochée, cette colonne disparaît du tableau de résultats et les effectifs de cette colonne sont pris en compte dans la première classe de pas « 0-x% ». (en fonction du pas appliqué).

4.8.1.2. Paramétrages Communs

Aucun des paramétrages communs proposés dans l'onglet "Général" ne correspond à l'analyse "PMG".

Copyright Médiamétrie

4.8.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "PMG" portant sur l'indicateur "DEI" (Durée d'Ecoute Individuelle), le paramétrage du seuil de vision n'est pas possible. La modification du ce paramètre ne sera donc pas prise en compte, les résultats resteront inchangés.

4.8.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	Juillet 2007
Chaînes	France 2
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	Pourquoi les manchots n'ont-ils pas froid aux pieds ?
	(17 émissions => Durée cumulée = 11:37:29)
Seuil de Vision	**Valeur non modifiable par l'utilisateur**
Paramètres	Classe de pas = 33% ; Non-téléspectateurs = Isolés (case non cochée)
	(Valeurs par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

	Indicateur	Classe de pas				
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%	Total
Individus de 4 ans et plus - Eff. Pondéré [5261.6] - Effectif Brut [5916]						
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:00:18	00:08:02	01:59:28	00:21:22
2	Min	00:00:00	00:00:01	00:01:13	00:21:25	00:00:01
3	Max	00:00:00	00:01:12	00:21:24	11:09:08	11:09:08
4	Pourcentage	49.7	16.8	16.8	16.7	100.0
5	Eff. Pondéré	2613.6	883.7	885.0	879.4	5261.6
6	Effectif Brut	3139	1014	937	826	5916

5261,6 / 5916 → 5261.6 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 09/07/2007 – 31/07/2007

01:59:28 → DEI Moyenne = Durée d'écoute individuelle moyenne cumulée pour la classe de pas « 66%-100% » ("Gros Téléspectateurs").
C'est le tiers des téléspectateurs du panel constant ayant les plus fortes DEI de tous les spectateurs.
Les individus de cette classe ont une DEI moyenne de approximativement 00:07:00 (01:59:28 / 17) par programme

00:21:25 → DEI Minimale de la classe de pas « téléspectateurs moyens »
L'individu de cette classe qui a la plus petite DEI a une DEI de 00:21:25

11:09:08 → DEI Maximale de la classe de pas « téléspectateurs moyens »
L'individu de cette classe qui a la plus grande DEI a une DEI de 11:09:08

16.7 → Pourcentage = Pourcentage des individus présents dans la classe de pas « gros téléspectateurs » par rapport à l'effectif total de la cible.
16.7% des téléspectateurs (individus ayant vu au moins 1 seconde des 17 programmes) sont présents dans la classe de pas « gros téléspectateurs ».

Copyright Médiamétrie

879,4 ➡ Eff. Pondéré = Effectif pondéré des individus présents dans la classe de pas « gros téléspectateurs ».
1/3 des téléspectateurs (individus ayant vu au moins 1 seconde des 17 programmes) du panel constant => (5261,6-2613,6) / 3

826 ➡ Effectif Brut = Effectif brut des individus présents dans la classe de pas « gros téléspectateurs ».
826 téléspectateurs (individus ayant vu au moins 1 seconde des 17 programmes) sont présents dans la classe de pas « gros téléspectateurs ».

A Noter : 3139 individus n'ont vu aucun des 17 programmes (Classe de pas 0%)

4.8.4. Création de cible de comportement

	Indicateur	Classe de pas				
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%	Total
Individus de 4 ans et plus - Eff. Pondéré [5261.6] - Effectif Brut [5916]						
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:00:18	00:08:02	01:59:28	00:21:22
2	Min	00:00:00	00:00:01	00:01:13	00:21:25	00:00:01
3	Max	00:00:00	00:01:12	00:21:24	11:09:08	11:09:08
4	Pourcentage	49.7	16.8	16.8	16.7	100.0
5	Eff. Pondéré	2613.6	883.7	885.0	879.4	5261.6
6	Effectif Brut	3139	1014	937	826	5916

=> L'utilisateur choisit les cellules du tableau permettant de déterminer la population qui constituera la nouvelle cible de comportement. Seules les cellules de la partie encadrée en rouge permettent de créer des cibles de comportement.
Lorsque l'utilisateur sélectionne une cellule, l'application *MMW* prend donc en compte l'effectif pour la cible de la classe de pas correspondante pour la création de la cible de comportement.

EX :
Sélection d'une des cellules encadrées en vert => Création de la cible de comportement "Individus de 4 ans et plus gros consommateurs des 17 émissions "Pourquoi les manchots n'ont-ils pas froid aux pieds ?" de France 2.
=> 826 individus bruts du panel constant.

IMP
Différence d'interprétation entre les analyses "PMG" et "Assiduité"
Les analyses d'assiduité et PMG permettent toutes les deux de répartir la consommation d'une émission ou d'une série d'émissions en tranches égales. Elles suivent cependant des approches bien distinctes.

> L'analyse d'assiduité prend tous les événements du panier d'événements pour établir une dispersion de la DEI de la "somme" de ces événements (somme au sens où *MMW* cumule la DEI des individus sur les événements), ce qui conduit à des tranches de tailles égales en termes de durée de diffusion.

L'analyse PMG, quant à elle, prend tous les événements du panier d'événements pour établir une dispersion des individus, ce qui conduit à des tranches de tailles égales en termes de nombre d'individus.

Copyright Médiamétrie

Exemple d'interprétation :

1- Analyse ASSIDUITE

	Indicateur	Classe de pas			
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%
Ind 4+ - Eff. Pondéré [5261.6]					
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:24:17	05:28:10	09:44:27
2	Min	00:00:00	00:00:01	03:52:52	07:55:16
3	Max	00:00:00	03:52:08	07:43:19	11:09:08
4	Eff. Pondéré	2613.6	2525.4	80.4	42.3

2- Analyse PMG

	Indicateur	Classe de pas				
		0%	0% - 33%	33% - 66%	66% - 100%	Total
Ind 4+ - Eff. Pondéré [5261.6]						
1	DEI Moyenne	00:00:00	00:00:18	00:08:02	01:59:28	00:21:22
2	Min	00:00:00	00:00:01	00:01:13	00:21:25	00:00:01
3	Max	00:00:00	00:01:12	00:21:24	11:09:08	11:09:08
4	Eff. Pondéré	2613.6	883.7	885.0	879.4	5261.6

La DEI des téléspectateurs qui ont consommé plus de 66% de 11:37:29 (durée cumulée de "Pourquoi les manchots n'ont-ils pas froid aux pieds ?" diffusée au cours de la période 09/07 – 31/07 (soit 42 individus (pondérés, du panel) s'élève à 09:44:27 en moyenne (ce qui équivaut à une assiduité de 84%) alors que le tiers des consommateurs (gros consommateurs) du programme étudié (soit 879 individus (pondérés, du panel) est resté devant l'émission pendant 01:59:28 en moyenne au cours de la période, ce qui correspond, pour ces gros consommateurs, à une assiduité moyenne de 17%.

Le principal intérêt de ces analyses est de permettre la création de cibles de comportement.

4.9. Analyse "Duplication", "Exclusivité" et "Indice d'Exclusivité"

> L'analyse DUPLICATION permet de connaître le nombre de téléspectateurs d'un événement ayant vu un ou plusieurs autres événements.

> L'analyse EXCLUSIVITE permet de la même façon, de connaître le nombre de téléspectateurs d'un événement n'ayant pas vu un ou plusieurs autres événements. Il s'agit du pendant de la Duplication.

> L'analyse INDICE D'EXCLUSIVITE propose le rapport entre l'exclusivité et la duplication.

Ces analyses peuvent être faites sur des événements de type Tranche Horaire et/ou Programme.

Des cibles de duplicants et/ou d'exclusifs peuvent être créées.

4.9.1. Axe « Paramètres »

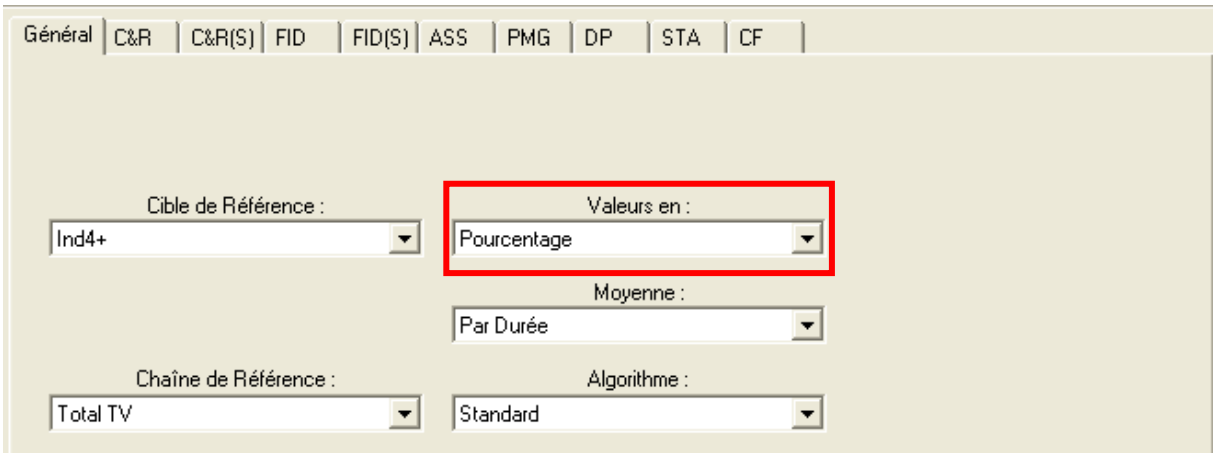
4.9.1.1. Paramétrages Spécifiques

Les analyses "Duplication", "Exclusivité" et "Indice d'Exclusivité" ne proposent pas de paramétrage spécifique.

Copyright Médiamétrie

4.9.1.2. ***Paramétrages Communs***

Vous pouvez tout de même paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :



Valeur par défaut = Pourcentage

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

4.9.2. *Axe « Seuil de Vision »*

Les analyses "Duplication", "Exclusivité" et "Indice d'Exclusivité" portant sur l'indicateur "Taux Cumulé", le paramétrage du seuil de vision est possible (CF paragraphe 4.1.2 Axe « Seuil de Vision » (ou Définition du Téléspectateur)).

Copyright Médiamétrie

4.9.3. Interprétation des résultats

4.9.3.1. Analyse « Duplication »

DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 09 au 15 juillet 2007
Chaînes	TF1
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	TF1 13 HEURES
Seuil de Vision	Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié
Paramètres	Type de résultats = Pourcent (valeur par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Evènements						
							1	2	3	4	5	6	7
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6258.0]													
1	09/07/2007	12:58:43	00:37:16	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	100,0	62,8	58,1	60,4	57,7	45,1	39,5
2	10/07/2007	12:58:52	00:37:52	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	59,2	100,0	58,7	58,7	57,6	44,3	39,1
3	11/07/2007	12:58:47	00:36:42	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	54,1	57,8	100,0	59,2	55,4	43,0	41,8
4	12/07/2007	12:58:52	00:37:28	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	53,2	54,9	56,1	100,0	57,6	43,9	39,6
5	13/07/2007	12:58:59	00:36:48	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	49,2	52,1	50,7	55,8	100,0	43,0	38,8
6	14/07/2007	12:57:57	00:24:54	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	34,5	35,9	35,3	38,1	38,6	100,0	40,4
7	15/07/2007	12:58:54	00:18:35	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	27,8	29,2	31,6	31,6	32,1	37,2	100,0
Autres %							84,3	88,9	86,5	90,3	88,0	77,3	73,3
TC%							19,8	18,7	18,4	17,4	16,9	15,1	14,0

Copyright Médiamétrie

6258,0 → 6258 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 09/07/2007 – 15/07/2007

62,8 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007) avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 62.8% ont vu l'événement 1 "TF1 13 Heures" diffusé le 09/07/2007 avec le même seuil de vision.

52,1 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007) avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 52,1% ont vu l'événement 5 "TF1 13 Heures" diffusé le 13/07/2007 avec le même seuil de vision.

88,9 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007) avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 88,9% ont vu au moins un des 6 autres événements avec le même seuil de vision.

18,7 → Parmi les 6258 individus qui constituent le panel constant, 18,7% ont vu l'événement 2 avec le seuil de vision défini.

Copyright Médiamétrie

4.9.3.2. Analyse « Exclusivité » (Pendant de la Duplication)

DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 09 au 15 juillet 2007
Chaînes	TF1
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	TF1 13 HEURES
Seuil de Vision	Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié
Paramètres	Type de résultats = Pourcent (valeur par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Evènements						
							1	2	3	4	5	6	7
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6258.0]													
1	09/07/2007	12:58:43	00:37:16	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	0,0	37,2	41,9	39,6	42,3	54,9	60,5
2	10/07/2007	12:58:52	00:37:52	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	40,8	0,0	41,3	41,3	42,4	55,7	60,9
3	11/07/2007	12:58:47	00:36:42	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	45,9	42,2	0,0	40,8	44,6	57,0	58,2
4	12/07/2007	12:58:52	00:37:28	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	46,8	45,1	43,9	0,0	42,4	56,1	60,4
5	13/07/2007	12:58:59	00:36:48	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	50,8	47,9	49,3	44,2	0,0	57,0	61,2
6	14/07/2007	12:57:57	00:24:54	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	65,5	64,1	64,7	61,9	61,4	0,0	59,6
7	15/07/2007	12:58:54	00:18:35	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	72,2	70,8	68,4	68,4	67,9	62,8	0,0
Autres %							15,7	11,1	13,5	9,7	12,0	22,7	26,7
TC%							19,8	18,7	18,4	17,4	16,9	15,1	14,0

Copyright Médiamétrie

6258,0 → 6258 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 09/07/2007 – 15/07/2007

37,2 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007 avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 37,2% n'ont pas vu l'événement 1 "TF1 13 Heures" diffusé le 09/07/2007 avec le même seuil de vision.
=> 37,2 + 62,8 (duplication CF page précédente) = 100

47,9 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007 avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 47,9% n'ont pas vu l'événement 5 "TF1 13 Heures" diffusé le 13/07/2007 avec le même seuil de vision.
=> 47,9 + 52.1 (duplication CF page précédente) = 100

11,1 → Sur 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007 avec le seuil de vision "au moins 1 seconde", 11,1% n'ont vu aucun des 6 autres événements avec le même seuil de vision (cette cellule permet de créer la cible des exclusifs de l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007).
=> 11,1 + 88,9 (duplication CF page précédente) = 100

18,7 → Parmi les 6258 individus qui constituent le panel constant, 18,7% ont vu l'événement 2 avec le seuil de vision défini.

Copyright Médiamétrie

4.9.3.3. Analyse « Indice d'Exclusivité »

DONNEES EN ENTREE

Dates	Semaine du 09 au 15 juillet 2007
Chaînes	TF1
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	TF1 13 HEURES
Seuil de Vision	Seuil de vision par défaut appliqué sur le jour de diffusion de l'événement étudié
Paramètres	Type de résultats = Pourcent (valeur par défaut)
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

IMP
La diagonale du tableau Indice d'Exclusivité reprend les valeurs du tableau "Exclusivité". Les autres résultats affichés correspondent au rapport Exclusivité / Duplication.

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Evènements						
							1	2	3	4	5	6	7
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6258.0]													
1	09/07/2007	12:58:43	00:37:16	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	0,0	59,3	72,0	65,6	73,3	121,6	153,4
2	10/07/2007	12:58:52	00:37:52	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	68,8	0,0	70,5	70,3	73,5	125,7	155,9
3	11/07/2007	12:58:47	00:36:42	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	84,8	72,9	0,0	68,9	80,6	132,7	139,5
4	12/07/2007	12:58:52	00:37:28	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	87,9	82,3	78,3	0,0	73,5	127,9	152,8
5	13/07/2007	12:58:59	00:36:48	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	103,1	91,9	97,1	79,3	0,0	132,6	157,6
6	14/07/2007	12:57:57	00:24:54	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	189,5	178,3	182,9	162,5	159,2	0,0	147,7
7	15/07/2007	12:58:54	00:18:35	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	259,3	242,5	216,0	216,0	211,5	168,8	0,0
Autre							18,7	12,5	15,6	10,8	13,7	29,4	36,5
TC%							19,8	18,7	18,4	17,4	16,9	15,1	14,0

Copyright Médiamétrie

6258,0 → 6258 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 09/07/2007 – 15/07/2007

72,9 → Sur 100 personnes ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" du 10/07/2007 avec le seuil de vision défini (1 seconde), l'événement 3 "TF1 13 Heures" du 11/07/2007 bénéficie d'un surcroît de duplication de 27,1 points (100-72,9) par rapport à l'événement 2 "TF1 13 Heures" du 10/07/2007 (ou accuse un déficit d'exclusivité de 27,1 points).

178,3 → Alors que l'événement 6 "TF1 13 Heures" du 14/07/2007 accuse un déficit de duplication de 78,3 points (100-178,3) par rapport à l'événement 2 "TF1 13 Heures" du 10/07/2007 (ou bénéficie d'un surcroît d'exclusivité de 78,3 points).

12,5 → Sur 100 personnes ayant vu l'événement 2 "TF1 13 Heures" du 10/07/2007 avec le seuil de vision défini (1 seconde), les 6 autres événements bénéficient en moyenne d'un surcroît de duplication de 14,6 points ((100-12,5)/6) (ou accusent un déficit d'exclusivité de14,6 points).

18,7 → Parmi les 6258 individus qui constituent le panel constant, 18,7% ont vu l'événement 2 avec le seuil de vision défini.

Copyright Médiamétrie

4.9.4. Création de cible de comportement

Les deux analyses "Duplication" et "Exclusivité" proposent le même mode de création de cibles de comportement.
A Noter : L'analyse « Indice d'Exclusivité » ne propose pas la fonctionnalité « Création de cibles ».

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Evènements						
							1	2	3	4	5	6	7
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6258.0]													
1	09/07/2007	12:58:43	00:37:16	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	0,0	37,2	41,9	39,6	42,3	54,9	60,5
2	10/07/2007	12:58:52	00:37:52	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	40,8	0,0	41,3	41,3	42,4	55,7	60,9
3	11/07/2007	12:58:47	00:36:42	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	45,9	42,2	0,0	40,8	44,6	57,0	58,2
4	12/07/2007	12:58:52	00:37:28	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	46,8	45,1	43,9	0,0	42,4	56,1	60,4
5	13/07/2007	12:58:59	00:36:48	TF1	TF1 13 HEURES	JEAN-PIERRE PERNAUT	50,8	47,9	49,3	44,2	0,0	57,0	61,2
6	14/07/2007	12:57:57	00:24:54	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	65,5	64,1	64,7	61,9	61,4	0,0	59,6
7	15/07/2007	12:58:54	00:18:35	TF1	TF1 13 HEURES	CLAIRE CHAZAL	72,2	70,8	68,4	68,4	67,9	62,8	0,0
Autres %							15,7	11,1	13,5	9,7	12,0	22,7	26,7
TC%							19,6	15,7	18,4	17,4	16,9	15,1	14,0

=> L'utilisateur choisit les cellules du tableau permettant de déterminer la population qui constituera la nouvelle cible de comportement. Seules les cellules de la partie encadrée en rouge permettent de créer des cibles de comportement.

EX > Analyse "Exclusivité"

Cellule encadrée en vert
=> Création de la cible de comportement "Individus de 4 ans et plus exclusifs de l'événement 2 "TF1 13 Heures" diffusé le 10/07/2007".

4.10. Analyse "Destination/Provenance"

L'analyse DESTINATION/PROVENANCE permet de connaître les flux d'audience entre deux ou plusieurs événements.
Elle est typiquement destinée à l'analyse d'une grille de programme (par exemple, étude des flux pendant l'Access Prime Time d'une chaîne). Il y a un tableau par cible sélectionnée et par évènement sélectionné.

L'étude repose sur le concept suivant :
- Prenons une sélection d'évènements concernant une partie de la grille de M6.
- Pour chaque émission de M6, on dispose de l'horodatage et on cadre les autres chaînes en fonction de cet horodatage : si une émission de M6 commence à 18h57mn46s et dure 52mn01sec, le comportement des téléspectateurs sur toutes les autres chaînes (y compris le Total TV) sera considéré en regard de cet horodatage.
- Pour chaque évènement pris un à un, la base 100 des téléspectateurs sera constituée des téléspectateurs de cet évènement avec le seuil de vision défini. Cette base est donc variable d'un évènement à l'autre.

L'analyse "Destination/Provenance" peut être lancée sur des événements de type Tranche Horaire et/ou Programme.

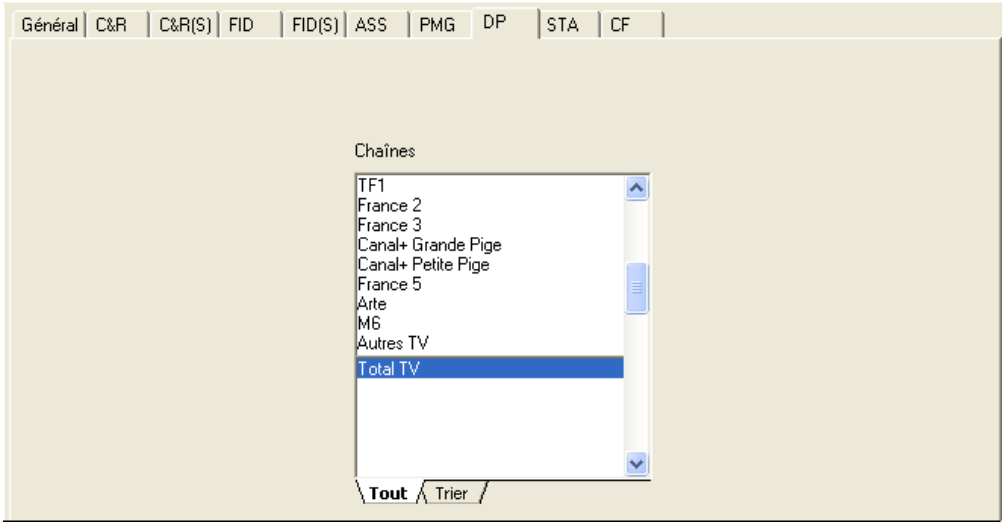
IMP
L'analyse « Destination/Provenance » ne peut être lancée que sur le seul mode d'audience « Live ». La sélection d'un autre mode d'audience ne sera pas prise en compte pour cette analyse (message d'erreur).

Copyright Médiamétrie

4.10.1. Axe « Paramètres »

4.10.1.1. Paramétrages Spécifiques

Chaînes

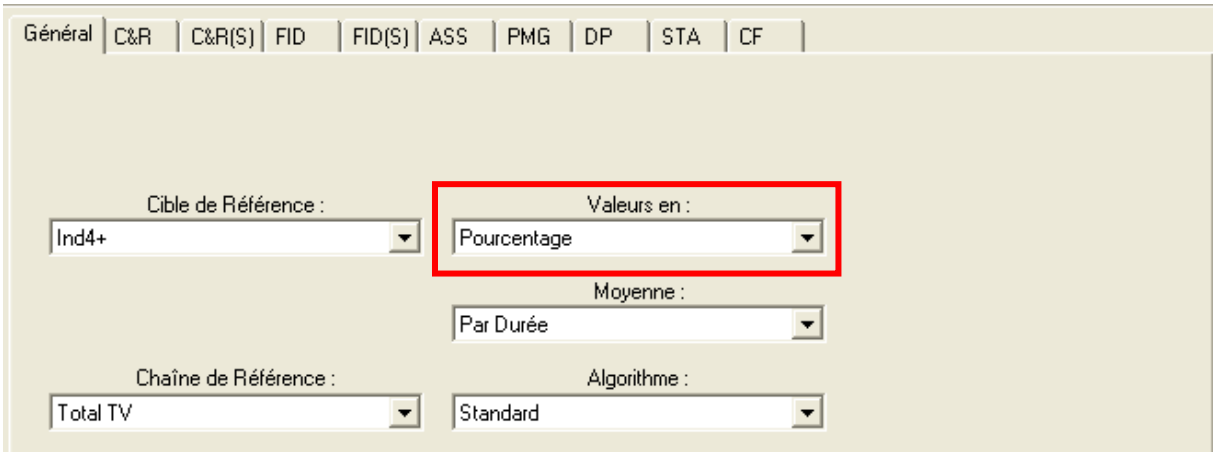


Valeur par défaut = chaîne de diffusion des événements sélectionnés.

Il sera inutile de sélectionner ici le poste "Total TV" car il est inclus de fait dans l'analyse "Destination/Provenance". La sélection du poste "Autres TV" est quant à elle nécessaire pour que cet agrégat de chaîne soit affiché dans le tableau de résultats.

4.10.1.2. Paramétrages Spécifiques

Vous pouvez tout de même paramétrer l'onglet "Général" et notamment le menu déroulant le type de résultats ("Valeurs en") :



Valeur par défaut = Pourcentage

L'utilisateur peut choisir l'affichage des résultats. Soit ils s'afficheront en pourcentage soit en effectif pondéré du panel.

4.10.2. Axe « Seuil de Vision »

L'analyse "Destination/Provenance" portant sur l'indicateur "Taux Cumulé", le paramétrage du seuil de vision est possible (CF paragraphe 4.1.2 Axe « Seuil de Vision » (ou Définition du Téléspectateur)).

Copyright Médiamétrie

4.10.3. Interprétation des résultats

DONNEES EN ENTREE

Dates	Le 30/07/2007
Chaînes	M6
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	Programmes diffusés entre 19H45 et 20H40 (Emissions uniquement)
Seuil de Vision	Seuil de vision : 51% de la durée de chaque événement considéré
Paramètres	Type de résultats : Pourcentage (valeur par défaut)
	Chaînes : M6, TF1, France 2, France 3, Arte, et Autres TV
Disposition	Maquette par défaut "Disposition de Référence"

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Chaînes									
							Total TV	M6	TF1	France 2	France 3	Arte	Canal+	Autres TV	< SV	TV Off 100%
Ind4+																
Ind4+- - Eff. Pondéré [6296.2] - Effectif Brut [7213] - N° d'Evénement 1: "LA ROUTE EN DIRECT \ LE FREINAGE D URGENCE" (143 Individus)																
1	30/07/2007	19:48:08	00:01:05	M6	LA ROUTE EN DIRECT \ LE FREINAGE D URGENCE	LE FREINAGE D URGENCE	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	30/07/2007	19:49:13	00:01:52	M6	METEO 6		98,3	90,8	1,0	1,1	0,0	1,0	2,4	0,0	1,7	0,0
3	30/07/2007	19:51:05	00:13:14	M6	6 MINUTES		95,2	87,5	1,0	1,0	1,9	1,0	2,8	0,0	2,4	2,4
4	30/07/2007	20:04:19	00:01:52	M6	METEO 6		87,2	62,1	8,8	3,4	5,3	2,1	2,2	1,7	0,7	12,1
5	30/07/2007	20:10:12	00:22:30	M6	FRIENDS \ CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	82,4	36,7	14,4	4,3	7,5	3,7	5,0	4,4	5,3	12,4
6	30/07/2007	20:35:46	00:01:29	M6	METEO DES PLAGES		76,3	22,5	12,8	10,5	9,6	8,9	3,9	8,1	0,5	23,2
7	30/07/2007	20:37:43	00:06:20	M6	LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHEL \ LE FOUR TOUT	LE FOUR TOUT	74,1	22,6	10,0	6,8	9,0	7,8	5,7	8,1	3,8	22,1
Ind4+- - Eff. Pondéré [6296.2] - Effectif Brut [7213] - N° d'Evénement 2: "METEO 6" (146 Individus)																
1	30/07/2007	19:48:08	00:01:05	M6	LA ROUTE EN DIRECT \ LE FREINAGE D URGENCE	LE FREINAGE D URGENCE	94,4	90,7	0,3	1,5	0,0	0,0	0,1	1,8	4,4	1,2
2	30/07/2007	19:49:13	00:01:52	M6	METEO 6		100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	30/07/2007	19:51:05	00:13:14	M6	6 MINUTES		96,9	94,0	0,7	1,0	1,2	0,0	0,0	0,0	2,4	0,7
4	30/07/2007	20:04:19	00:01:52	M6	METEO 6		87,7	67,8	8,5	3,4	2,6	2,1	0,7	0,8	2,5	9,8
5	30/07/2007	20:10:12	00:22:30	M6	FRIENDS \ CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	81,8	40,4	14,8	4,3	7,8	3,6	1,7	3,4	7,2	10,9
6	30/07/2007	20:35:46	00:01:29	M6	METEO DES PLAGES		75,8	24,8	13,7	10,5	10,1	6,5	2,0	8,2	0,5	23,7
7	30/07/2007	20:37:43	00:06:20	M6	LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHEL \ LE FOUR TOUT	LE FOUR TOUT	73,0	24,9	10,9	6,8	9,0	5,5	3,7	8,2	6,1	20,8

Copyright Médiamétrie

6296,2 → 6296,2 Individus de 4 ans et plus : Effectif pondéré du panel constant sur la période 30/07/2007 – 30/07/2007 (le panel constant correspond à la base répondants du jour 30/07/07.
N° de l'événement traité dans cette 2ème partie du tableau de résultats. Il s'agit du N°2 : "METEO 6"

100,0 → La base 100 pour l'évènement N°2 "METEO 6" est donc constituée de 146 individus ayant vu "METEO 6" avec un seuil de 51% de la durée de chacun des événements. On trouve également la valeur 100 en Total TV (puisque les 146 individus sont bien devant leur téléviseur) et on trouve 0 pour les autres chaînes puisque sur la durée de l'émission, un individu ne peut pas avoir un statut majoritaire (51%) sur plusieurs chaînes en même temps.

81,8 → Sur les 146 individus précédemment cités, 81,8% sont devant leur téléviseur pendant la diffusion de l'événement N°5 "FRIENDS\CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES" avec un seuil de vision de 51%, et parmi ces 81,8%, 14,8% regardent TF1, 4,3% regardent France 2,... . 10,9% ne regardent pas la télévision tout au long de cet intervalle (00:22:30) (TV Off 100%) et 7,2% (colonne "< SV") regardent la télévision sur durant cet événement mais moins de 51% de sa durée.

< SV : "TV Off" à seuil paramétrable (ici 51%). Correspond aux individus ayant leur TV allumée moins de 51% de l'événement considéré (ici 00:11:28).

TV Off 100% : "TV Off" au seuil fixe de 100%. Correspond aux individus ayant leur TV éteinte tout au long de l'événement considéré.

94,4 → Autre interprétation, l'évènement N°1 ("LA ROUTE EN DIRECT\LE FREINAGE D'URGENCE") est également à considérer par rapport à l'évènement N°2 "METEO 6" : sur les 146 individus précédemment cités, 94,4% sont devant leur téléviseur pendant la diffusion de l'événement " LA ROUTE EN DIRECT\LE FREINAGE D'URGENCE" avec un seuil de 51%, et parmi ces 94,4%, 0,3% regardent TF1, 1,5% regardent France 2,...

73,0 → ***Remarque :***
Bien entendu quand on somme l'information Total TV, Zapping et TV Off, on trouve bien 100%.
Par contre dans l'exemple ci-dessus, la somme de toutes les chaînes peut ne pas donner le chiffre inscrit dans la colonne Total TV. En effet, dans la 2ème partie du tableau, (Ev. N° 7 "LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHEL\LE FOUR TOUT"), la somme de toutes les chaînes fait :
(M6 : 24,9) + (TF1 : 10,9) + (F2 : 6,8) + (F3 : 9,0) + (Arte : 5,5) + (Canal+ : 3,7) + (Autres TV : 8,2) = 69,0%
alors que Total TV = **73,0**
Ceci est dû au fait que des téléspectateurs ont bien passé au moins 51% de la durée de l'événement N°7 "LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHEL\LE FOUR TOUT" devant leur téléviseur sans pour autant avoir un statut majoritaire sur quelque chaîne que ce soit : ce sont des "**zappeurs à 51%**" (il y a 73,0-69,0= 4,0% de zappeurs).

Copyright Médiamétrie

4.10.4. Création de cible de comportement

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Libellé Complémentaire	Chaînes								
							Total TV	M6	TF1	France 2	France 3	Arte	Canal+	Autres TV	Zapping	TV Off
Ind 4+																
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6296.2] - N° d'Evénement 1 : "LA ROUTE EN DIRECT\LE FREINAGE D URGENCE" (143 Individus)																
1	30/07/2007	19:48:08	00:01:05	M6	LA ROUTE EN DIRECT	LE FREINAGE D URGENCE	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	30/07/2007	19:49:13	00:01:52	M6	METEO 6		98,3	90,8	1,0	1,1	0,0	1,0	2,4	0,0	1,7	0,0
3	30/07/2007	19:51:05	00:13:14	M6	6 MINUTES		95,2	87,5	1,0	1,0	1,9	1,0	2,8	0,0	2,4	2,4
4	30/07/2007	20:04:19	00:01:52	M6	METEO 6		87,2	62,1	8,8	3,4	5,3	2,1	2,2	1,7	0,7	12,1
5	30/07/2007	20:10:12	00:22:30	M6	FRIENDS	CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	82,4	36,7	14,4	4,3	7,5	3,7	5,0	4,4	5,3	12,4
6	30/07/2007	20:35:46	00:01:29	M6	METEO DES PLAGES		76,3	22,5	12,8	10,5	9,6	8,9	3,9	8,1	0,5	23,2
7	30/07/2007	20:37:43	00:06:20	M6	LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHE	LE FOUR TOUT	74,1	22,6	10,0	6,8	9,0	7,8	5,7	8,1	3,8	22,1
Ind 4+ - Eff. Pondéré [6296.2] - N° d'Evénement 2 : "METEO 6" (146 Individus)																
1	30/07/2007	19:48:08	00:01:05	M6	LA ROUTE EN DIRECT	LE FREINAGE D URGENCE	94,4	90,7	0,3	1,5	0,0	0,0	0,1	1,8	4,4	1,2
2	30/07/2007	19:49:13	00:01:52	M6	METEO 6		100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	30/07/2007	19:51:05	00:13:14	M6	6 MINUTES		96,9	94,0	0,7	1,0	1,2	0,0	0,0	0,0	2,4	0,7
4	30/07/2007	20:04:19	00:01:52	M6	METEO 6		87,7	67,8	8,5	3,4	2,6	2,1	0,7	0,8	2,5	9,8
5	30/07/2007	20:10:12	00:22:30	M6	FRIENDS	CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES	81,8	40,4	14,8	4,3	7,8	3,6	1,7	3,4	7,2	10,9
6	30/07/2007	20:35:46	00:01:29	M6	METEO DES PLAGES		75,8	24,8	13,7	10,5	10,1	6,5	2,0	8,2	0,5	23,7
7	30/07/2007	20:37:43	00:06:20	M6	LA BOUTIQUE DE MICHELLE ET MICHE	LE FOUR TOUT	73,0	24,9	10,9	6,8	9,0	5,5	3,7	8,2	6,1	20,8

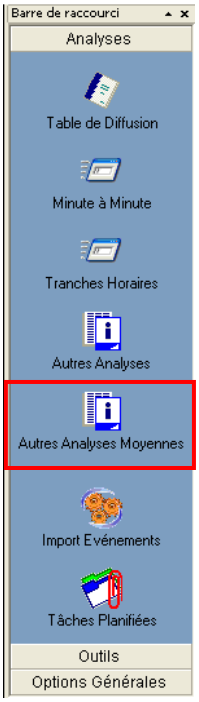
=> L'utilisateur choisit les cellules du tableau permettant de déterminer la population qui constituera la nouvelle cible de comportement. Seules les cellules de la partie encadrée en rouge permettent de créer des cibles de comportement.

EX :
Sélection des cellules encadrées en vert =>
(40,4%) Individus de 4ans et plus téléspectateurs de l'événement N°2 "METEO 6" et téléspectateurs du programme "FRIENDS\CELUI QUI PORTAIT DES LUNETTES" au seuil de vision défini de 51%.

A NOTER
Cette cible de comportement aurait pu être créée au niveau d'une analyse de duplication.

4.11. Analyses "Duplication Moyenne" et "Exclusivité Moyenne"

Ces deux analyses se situent au niveau du module « Autres Analyses Moyennes ».



Elles permettent de créer des événements « virtuels », c'est-à-dire des groupes d'événements pour lesquels un utilisateur souhaite calculer des duplications/exclusivités moyennes.

Copyright Médiamétrie

Exemple de Duplication Moyenne :
Prenons deux programmes quotidiens diffusés sur deux chaînes distinctes, la problématique est de calculer la Duplication Moyenne entre ces deux programmes sur une période d'une semaine.

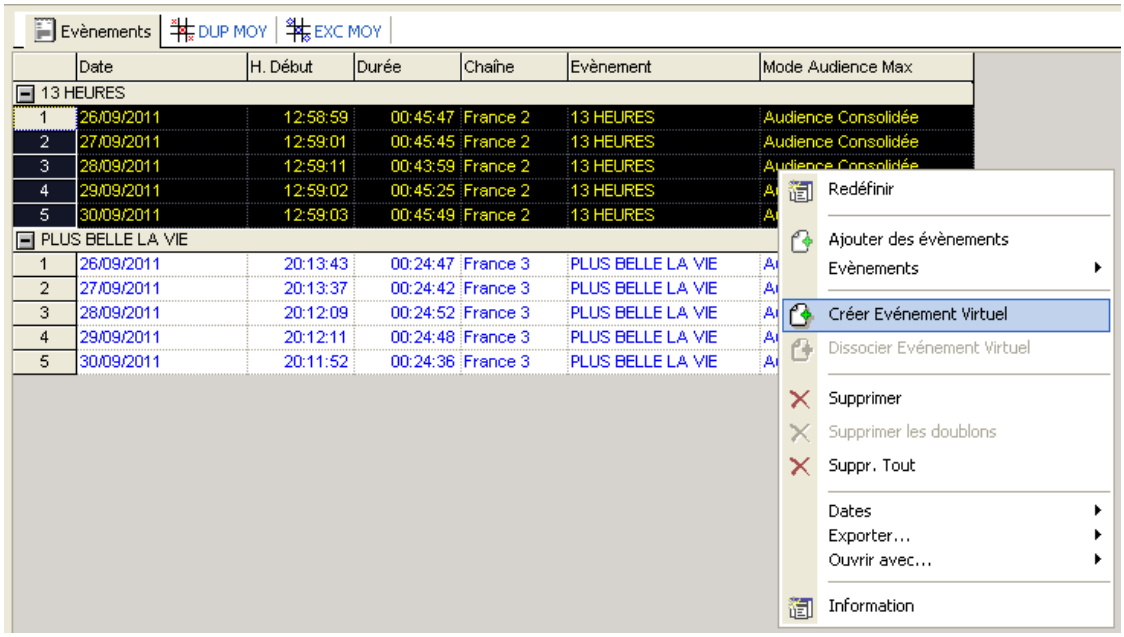
DONNEES EN ENTREE :

Dates	Du lundi 26/09/2011 au vendredi 30/09/2011
Chaînes	France 2 et France 3
Cibles	Individus de 4 ans et plus
Evénements	« 13 HEURES » et « PLUS BELLE LA VIE »
Seuil de Vision	10 secondes consécutives (valeur par défaut)
Paramètres	Type de résultats : % (valeur par défaut)
Disposition	Maquette par défaut « Disposition de référence »

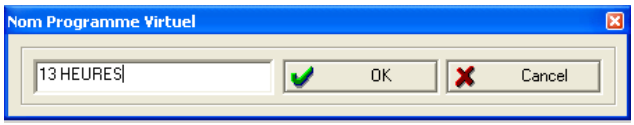
Ci-après, le panier d'événements obtenu (le champ « Evènement » a été placé en ligne) :

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode Audience Max
13 HEURES						
1	26/09/2011	12:58:59	00:45:47	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
2	27/09/2011	12:59:01	00:45:45	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
3	28/09/2011	12:59:11	00:43:59	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
4	29/09/2011	12:59:02	00:45:25	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
5	30/09/2011	12:59:03	00:45:49	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
PLUS BELLE LA VIE						
1	26/09/2011	20:13:43	00:24:47	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
2	27/09/2011	20:13:37	00:24:42	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
3	28/09/2011	20:12:09	00:24:52	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
4	29/09/2011	20:12:11	00:24:48	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
5	30/09/2011	20:11:52	00:24:36	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée

Pour créer les deux programmes virtuels, sélectionner les 5 programmes « 13 HEURES », puis effectuer un clic droit et sélectionner l'option « **Créer Programme Virtuel** ».

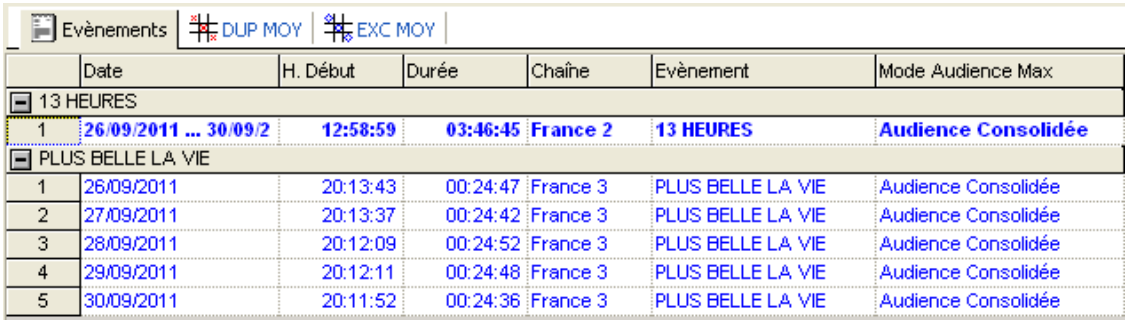


Renseigner alors un libellé pour ce programme « 13 HEURES »



Copyright Médiamétrie

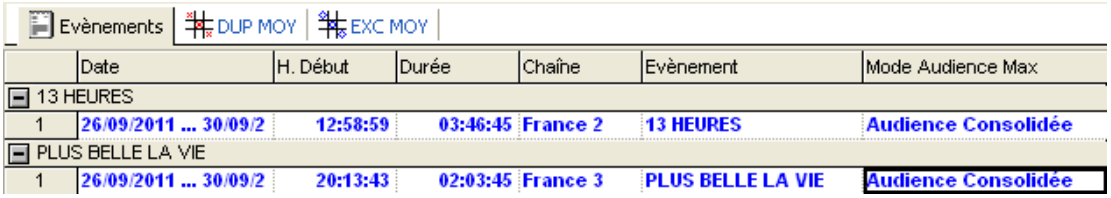
Les 5 diffusions sont alors agrégées en un seul et même programme (il s'agit d'un programme moyen ou programme virtuel).



Evènements | DUP MOY | EXC MOY

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode Audience Max
13 HEURES						
1	26/09/2011 ... 30/09/2	12:58:59	03:46:45	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
PLUS BELLE LA VIE						
1	26/09/2011	20:13:43	00:24:47	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
2	27/09/2011	20:13:37	00:24:42	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
3	28/09/2011	20:12:09	00:24:52	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
4	29/09/2011	20:12:11	00:24:48	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée
5	30/09/2011	20:11:52	00:24:36	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée

Puis effectuer les mêmes actions pour le second programme « PLUS BELLE LA VIE ». Ci-après, le nouveau panier d'événements obtenu :



Evènements | DUP MOY | EXC MOY

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode Audience Max
13 HEURES						
1	26/09/2011 ... 30/09/2	12:58:59	03:46:45	France 2	13 HEURES	Audience Consolidée
PLUS BELLE LA VIE						
1	26/09/2011 ... 30/09/2	20:13:43	02:03:45	France 3	PLUS BELLE LA VIE	Audience Consolidée

IMP

Il est nécessaire de créer un évènement virtuel à partir d'événements diffusés sur une même chaîne pour pouvoir calculer une duplication/exclusivité moyenne.

TABLEAU DE RESULTATS OBTENU :

	Date	H. Début	Durée	Chaîne	Evènement	Mode de Vision à Date	
						Evènements	
						1	2
Ind4+ - Eff. Pondéré [6092.8] - Effectif Brut [8995]							
1	26/09/2011 ... 30/09/2011	12:58:59	03:46:45	France 2	13 HEURES	-	12,8
2	26/09/2011 ... 30/09/2011	20:13:43	02:03:45	France 3	PLUS BELLE LA VIE	19,8	-
TC						7,7	12,0

INTERPRETATION :

- Sur une moyenne de 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu la série d'événements "13 HEURES" diffusée entre le 26/09 et le 30/09/2011) avec le seuil de vision "au moins 10 secondes consécutives", en moyenne 19,8% de ces mêmes individus ont vu la série d'événements "PLUS BELLE LA VIE" diffusée entre le 26/09 et le 30/09/2011 avec le même seuil de vision.

- Sur une moyenne de 100 téléspectateurs de 4 ans et plus ayant vu la série d'événements "PLUS BELLE LA VIE" diffusée entre le 26/09 et le 30/09/2011) avec le seuil de vision "au moins 10 secondes consécutives", en moyenne 12,8% de ces mêmes individus ont vu la série d'événements "13 HEURES" diffusée entre le 26/09 et le 30/09/2011 avec le même seuil de vision.

- Est également précisé le TC% moyen des événements qui composent l'événement virtuel.

A Noter

Le mode de fonctionnement de l'analyse « Exclusivité Moyenne » est équivalent à celui de l'analyse « Duplication Moyenne ».

Copyright Médiamétrie

5. Le module « Cibles »

Pour accéder au module "Cibles", sélectionner le volet "Outils" dans la zone "Barre de Raccourci"

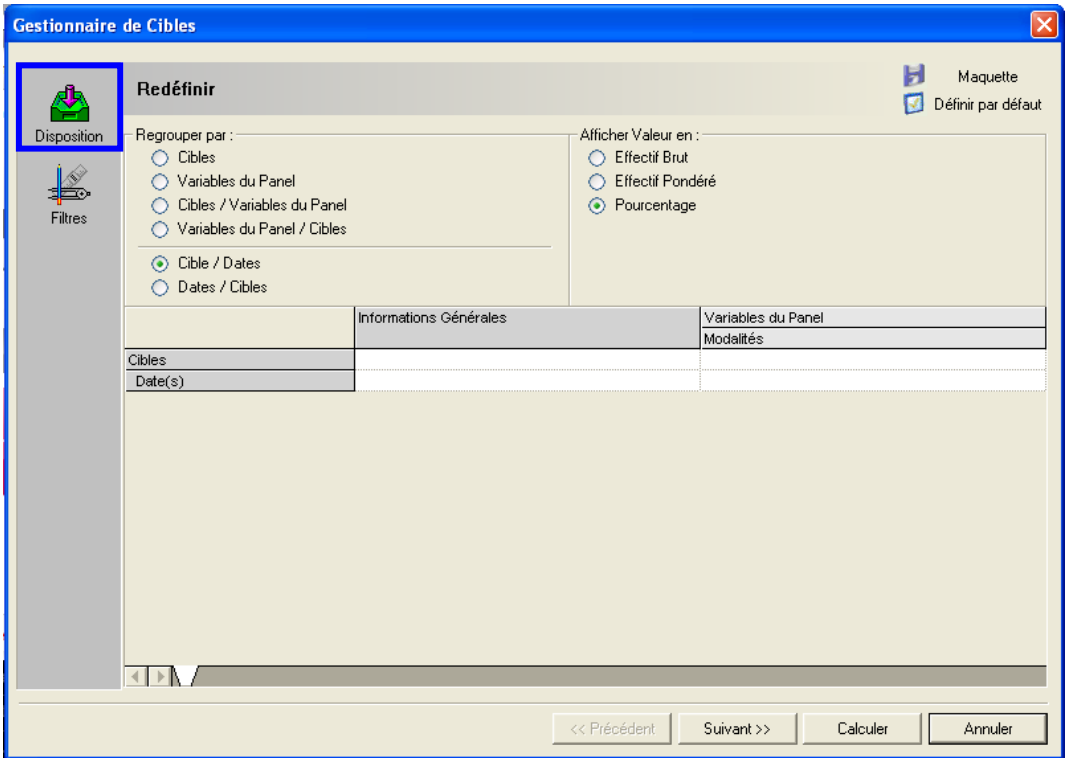
Ce module a deux utilisations principales :

1- Obtenir le profil des cibles (une ou plusieurs) en fonction des variables du panel sélectionnées ;
2- Créer des cibles à partir des variables du panel ou à partir de cibles déjà créées.

5.1. Profil de cibles

5.1.1. Axe « Disposition »

Lorsque vous cliquez sur l'icône "**Cibles**", la fenêtre suivante apparaît :



Il s'agit du paramétrage de la disposition du tableau de résultats. Par défaut, *MMW* vous propose de disposer le tableau de résultats ainsi :

- les cibles en lignes
- En colonne, les informations générales (libellé, définition, effectif…) puis les variables

=> Un schéma formalise la disposition choisie

Il existe 6 dispositions prédéfinies.

- Les 4 premières dispositions proposeront des profils moyens dès lors que plusieurs jours sont sélectionnés.
- Les 2 dispositions « Cibles / Dates » et « Dates / Cibles » permettent quant à elles de calculer des profils de cibles quotidiens sur différentes dates en une seule et même requête.

Copyright Médiamétrie

Ex : 2 dates sont sélectionnées :

Cliquez ici pour afficher la(les) date(s) utilisée(s) pour le calcul du profil...

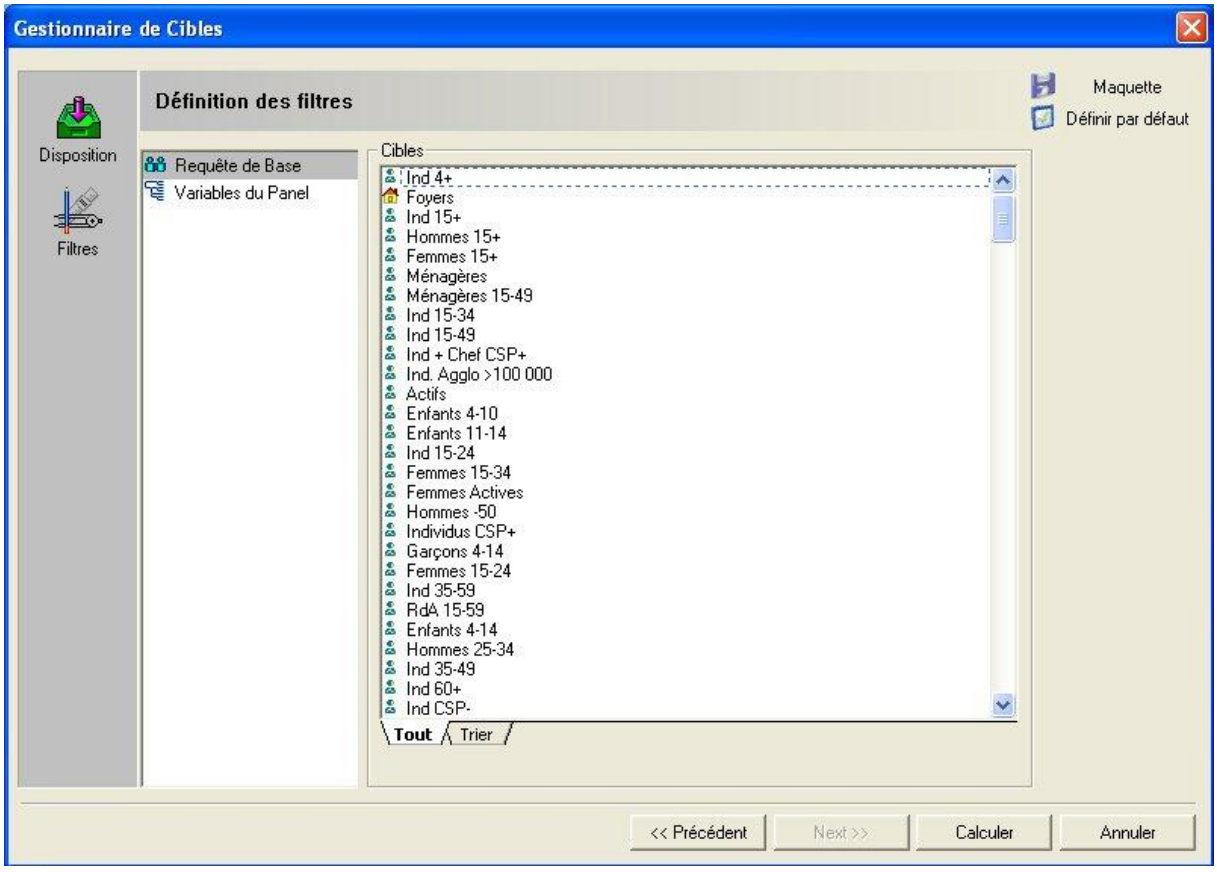
	Informations Générales										Age Standard		
	Date	ID	Libellé Long	Libellé Court	Définition	Type	%	Effectif Brut	Effectif Po...	Valeur d'Ex...	Période d'a...	4-10 ans	11-14 ans	15-24 ans
Univers														
Individu de 4+														
0	03/10/2011	0	Individu de 4+	Ind4+		Individu	100.0	9308	6101.8	58543	20021229-...	8.9	5.5	12.8
0	04/10/2011	0	Individu de 4+	Ind4+		Individu	100.0	9322	6102.8	58543	20021229-...	8.9	5.4	12.8
Cibles Panel - Médiamétrie														
Individu de 15+														
0	03/10/2011	20035	Individu de ...	Ind15+	AGE Std: (1...	Individu	85.6	7491	5224.1	50188	20021229-...	0.0	0.0	15.0
0	04/10/2011	20035	Individu de ...	Ind15+	AGE Std: (1...	Individu	85.7	7500	5227.4	50188	20021229-...	0.0	0.0	15.0

De même les résultats du profil selon les variables sélectionnées seront affichés en Pourcentage. Vous pouvez également les afficher en effectif pondéré.

5.1.2. Axe « Filtres »

Pour modifier les filtres (cibles et variables du Panel), cliquez sur l'icône "Filtres"

5.1.2.1. Sous-Axe « Requête de Base »

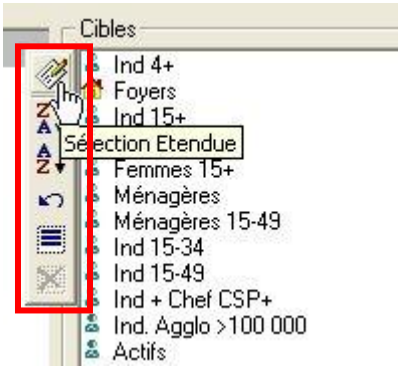


Vous avez ici la possibilité de sélectionner la ou les cibles que souhaitez analyser.

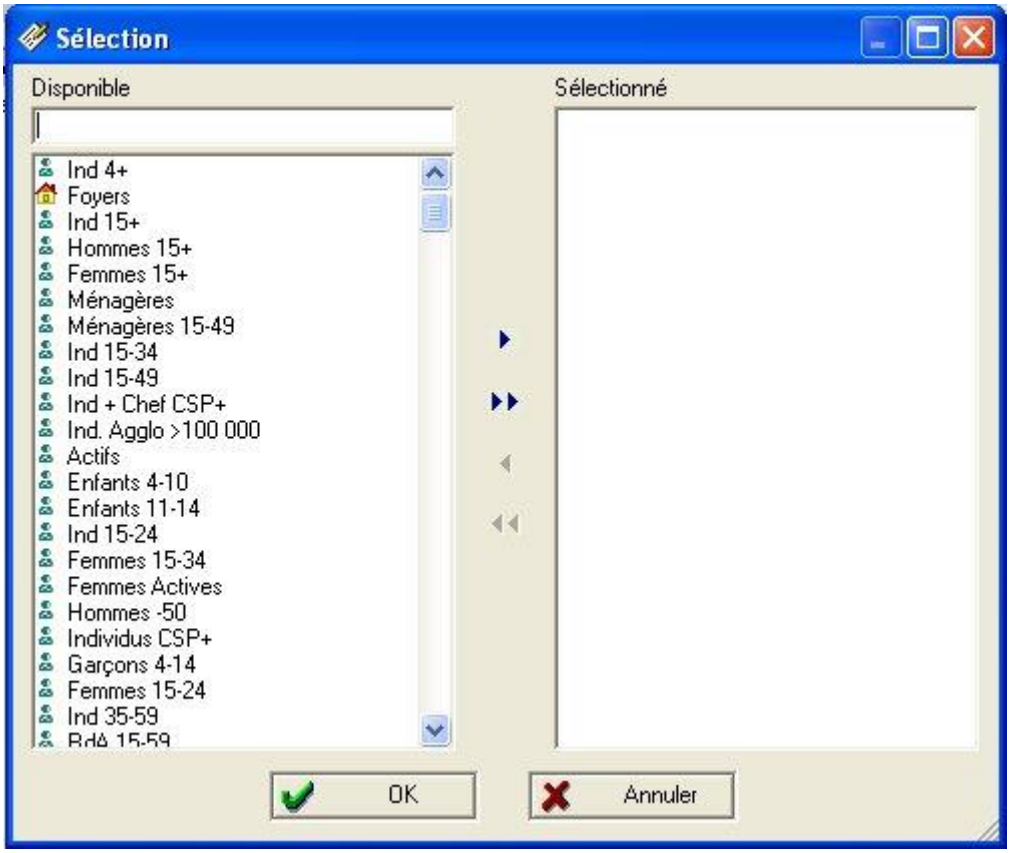
IMP
Si aucune cible n'est sélectionnée au niveau de cette liste de choix, le tableau de résultats contiendra l'ensemble des cibles auxquelles vous avez accès.

La sélection des cibles peut être simplifiée par la fonctionnalité "Sélection Etendue". Pour cela, glissez votre souris sur la liste de choix, le menu suivant apparaît :

Copyright Médiamétrie

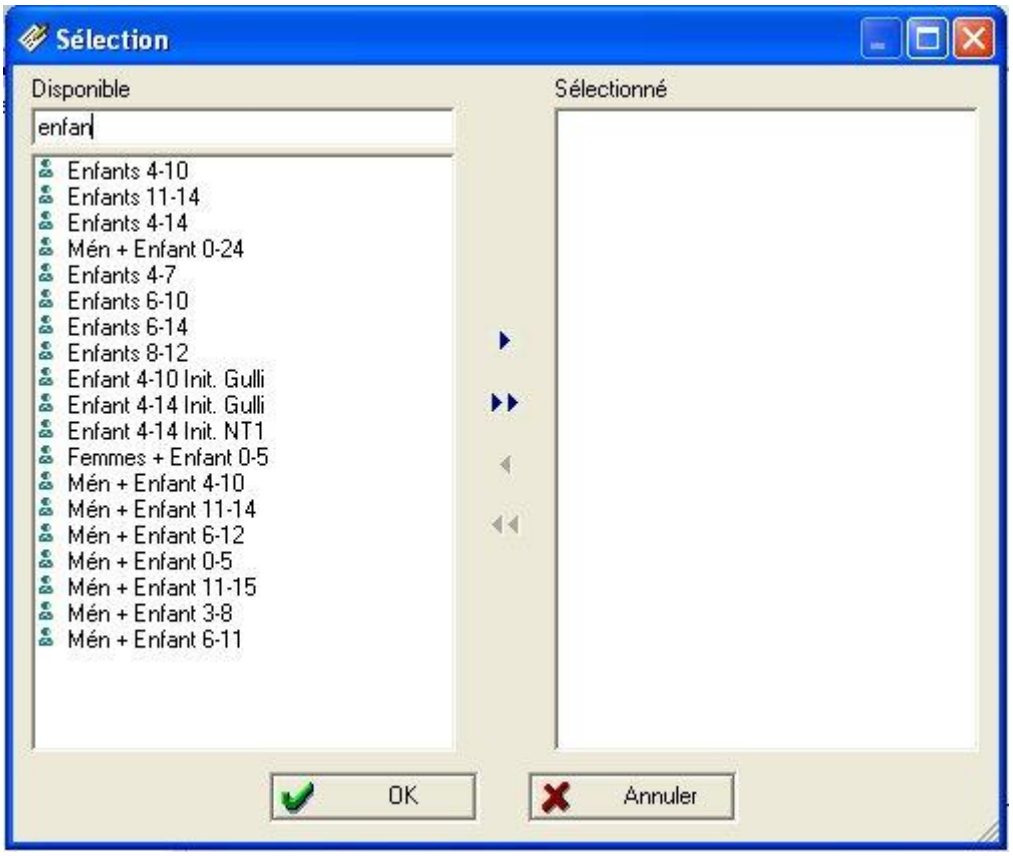


Sélectionnez l'option "Sélection Etendue" (1er icône du menu), la fenêtre suivante apparaît :



Entrez alors dans la zone "Disponible" une chaîne de caractères correspondant à une partie d'un libellé de cibles.
Par exemple, recherche des cibles en rapport avec "Enfant"

Copyright Médiamétrie

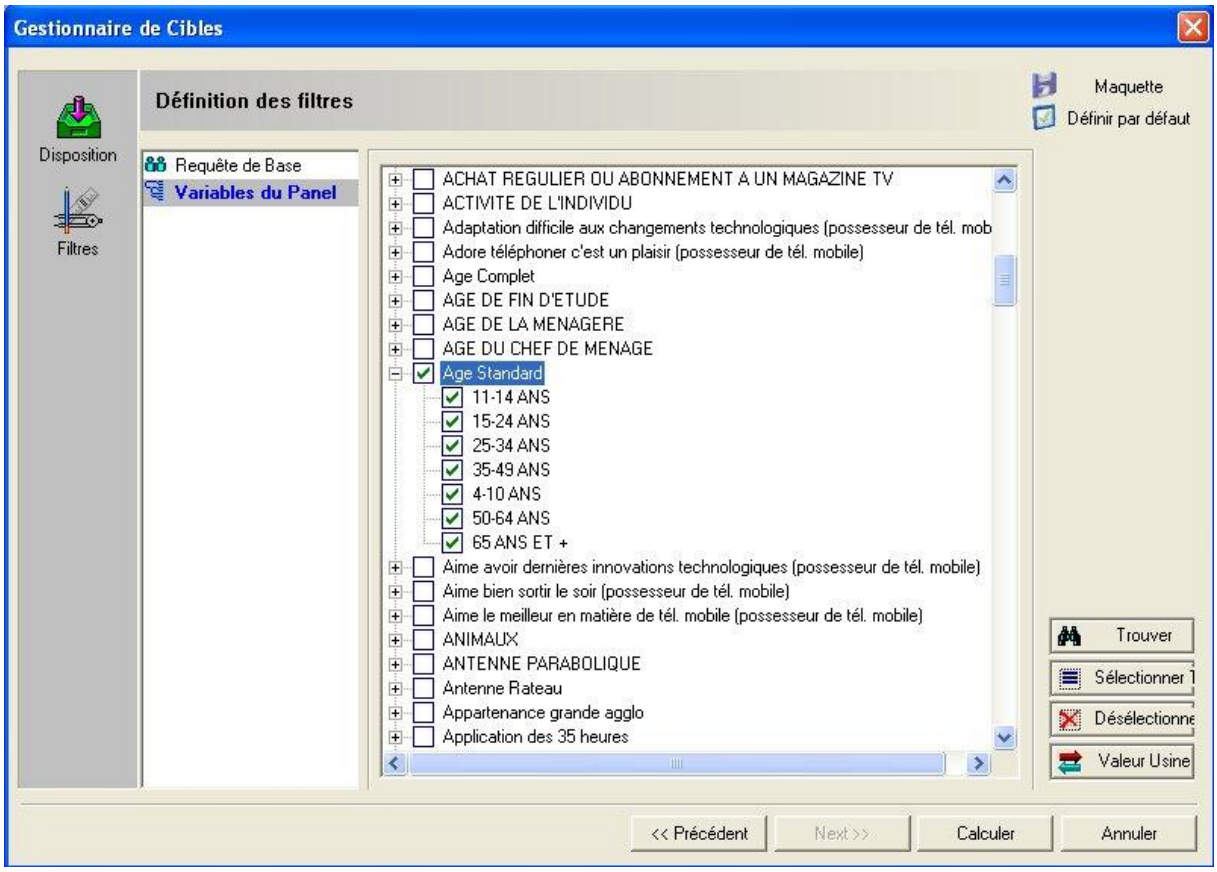


Un filtre est automatiquement appliqué sur la chaîne de caractères "enfan", la base comporte ici 19 cibles correspondant à la chaîne de caractères "enfan", vous pouvez alors sélectionner la ou les cibles sur lesquelles vous souhaitez calculer le profil de cibles en double-cliquant sur chacune d'elles ou bien en les sélectionnant puis en cliquant sur la flèche "simple". La flèche "double" permet la sélection de toutes les cibles proposées.

A NOTER
La sélection étendue est proposée dans toutes les listes de choix de l'application *MMW*. C'est donc le cas pour les chaînes et les variables.

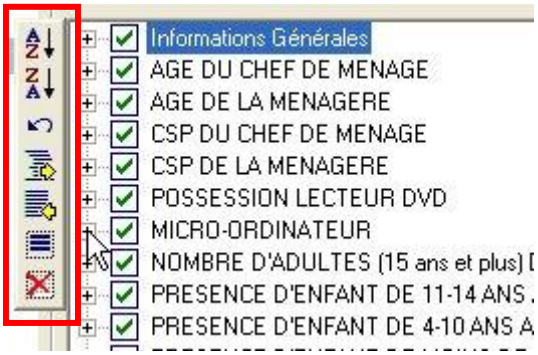
Copyright Médiamétrie

5.1.2.2. Sous-Axe « Variables du Panel »



Cette fenêtre vous permet de sélectionner la ou les variables sur lesquelles vous souhaitez calculer le profil.
Par défaut (Valeur Usine), toutes les variables du panel sont sélectionnées.

Pour sélectionner, désélectionner, trier, revenir à la sélection par défaut… utilisez le menu qui apparaît lorsque vous glissez votre souris sur la liste de sélection.


Informations Générales
AGE DU CHEF DE MENAGE
AGE DE LA MENAGERE
CSP DU CHEF DE MENAGE
CSP DE LA MENAGERE
POSSESSION LECTEUR DVD
MICRO-ORDINATEUR
NOMBRE D'ADULTES (15 ans et plus) [
PRESENCE D'ENFANT DE 11-14 ANS .
PRESENCE D'ENFANT DE 4-10 ANS A

ATTENTION
En cliquant sur l'icône "Tout Désélectionner", vous désélectionnerez également la case à cocher "Informations Générales" (libellé, définition et effectif pondéré des cibles). Pour faire apparaître ces colonnes dans le tableau de résultats, cochez cette case.

Copyright Médiamétrie

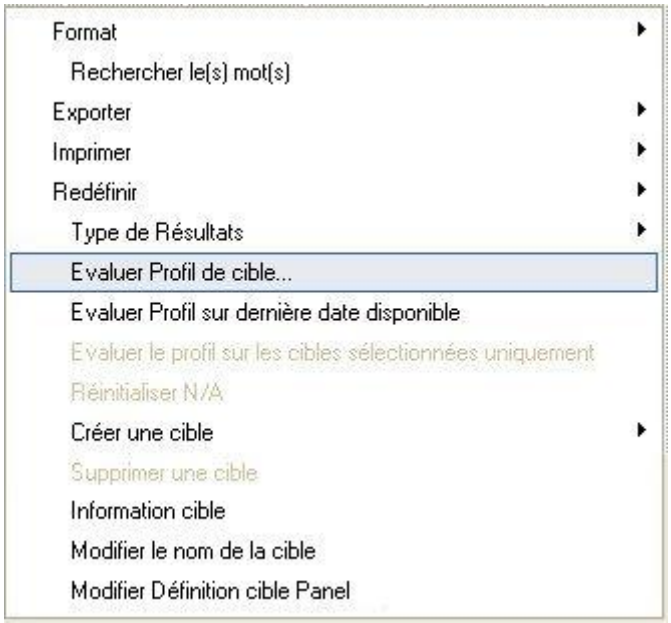
5.1.3. Interprétation du tableau de résultats

Dates	Aucune date sélectionnée
Cibles	17 cibles standard Médiamétrie sélectionnées
Variables	"Age Standard" uniquement
Type de Résultats	Pourcentage
Disposition	Regroupement par cibles

	Informations Générales							Age Standard						
	Libellé Long	Libellé Court	Définition	Type	%	Effectif Pondéré	Période d'accès	11-14 ANS	15-24 ANS	25-34 ANS	35-49 ANS	4-10 ANS	50-64 ANS	65 ANS ET +
1	Ind 4+	Ind 4+	AGE Std: {4-10 ANS, 11-1	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2	Foyers	Foyers	TAILLE_AGGLO: {COMM	Foyer	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
3	Ind 15+	Ind 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
4	Hommes 15+	Hommes 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
5	Femmes 15+	Femmes 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
6	Ménagères	Ménagères	MENAGERE: {Oui}.	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7	Ménagères 15-49	Ménagères 15-49	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
8	Ind 15-34	Ind 15-34	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
9	Ind 15-49	Ind 15-49	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
10	Ind + Chef CSP+	Ind + Chef CSP+	CSP_CHEF: {ARTISANS,	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11	Ind. Agglo >100 000	Ind. Agglo >100 000	TAILLE_AGGLO: {AGGL	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
12	Actifs	Actifs	ACTIVITE: {ACTIF}.	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13	Enfants 4-10	Enfants 4-10	AGE Std: {4-10 ANS}.	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
14	Enfants 11-14	Enfants 11-14	AGE Std: {11-14 ANS}.	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15	Ind 15-24	Ind 15-24	AGE Std: {15-24 ANS}.	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
16	Femmes 15-34	Femmes 15-34	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
17	Femmes Actives	Femmes Actives	ACTIVITE: {ACTIF} SEX	Individu	N/A	N/A	20060101-20071231	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

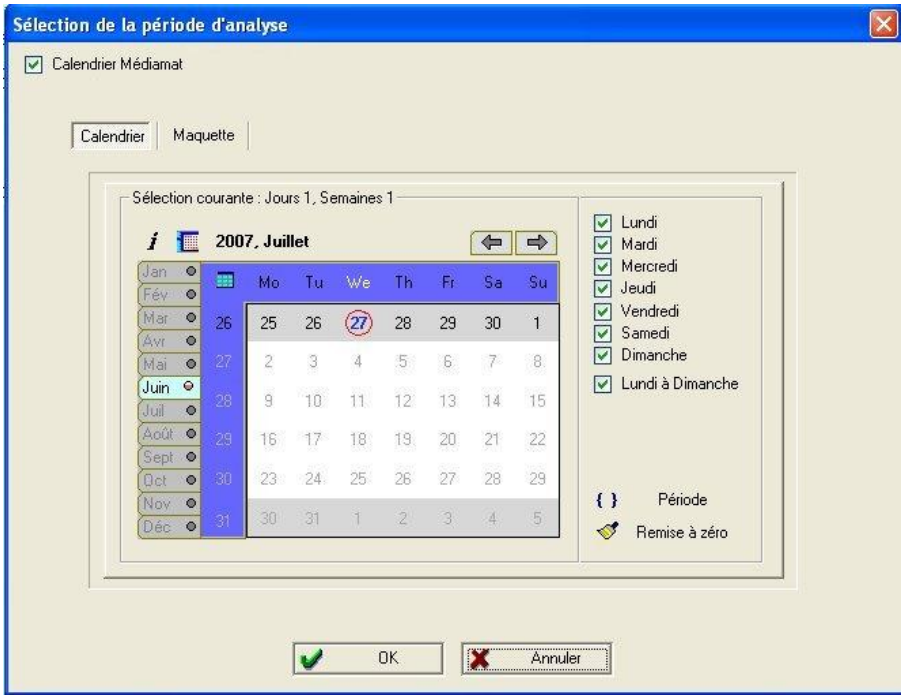
Le tableau de résultats contient des "N/A" dans la mesure où aucune date n'a été sélectionnée. Pour lancer le profil de cibles.

Cas N°1 : Vous souhaitez obtenir un profil sur l'ensemble des cibles présentes dans le tableau de résultats et sur une date de votre choix, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Evaluer Profil de cible…"



Le calendrier apparaît, sélectionnez la date de votre choix

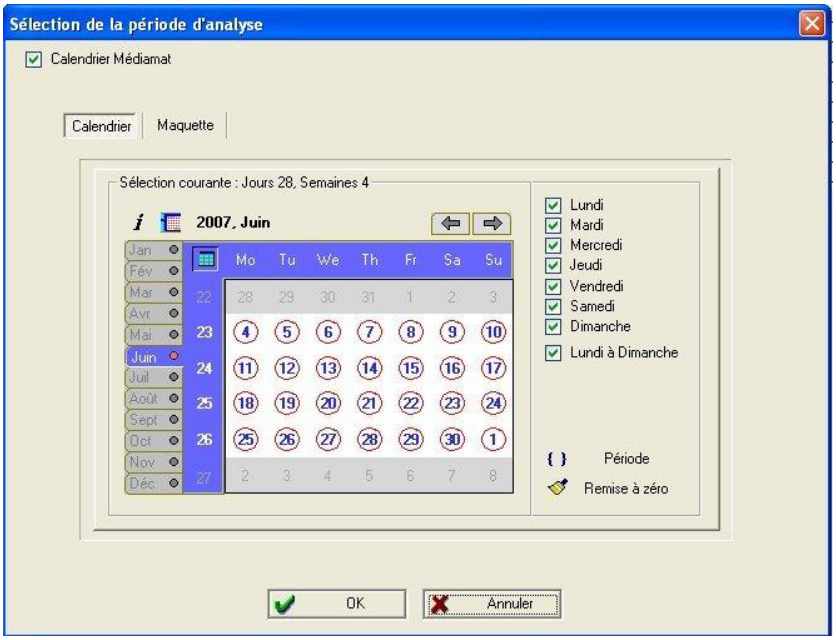
Copyright Médiamétrie



Dans notre exemple, nous avons sélectionné le 27 mai 2007, le profil des 17 cibles standard sera calculé sur la base des répondants de ce jour.

Cas N°2 : Vous souhaitez obtenir un profil moyen sur l'ensemble des cibles présentes dans le tableau de résultats et sur plusieurs dates de votre choix, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Evaluer Profil de cible…"

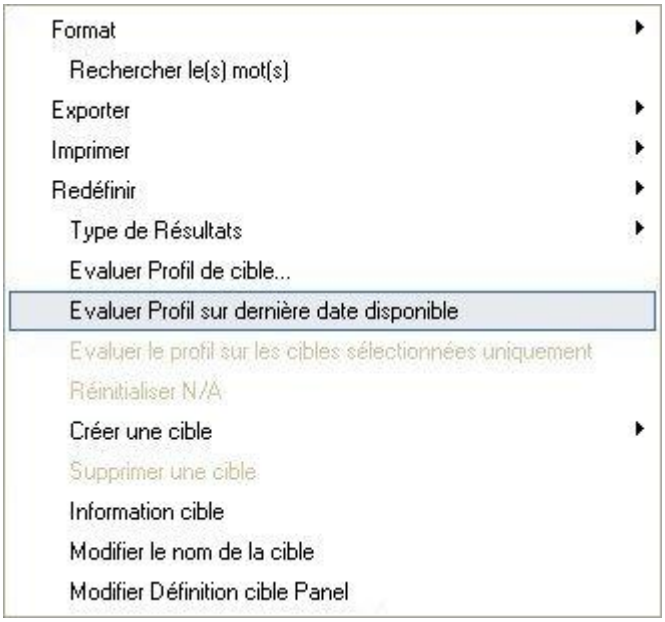
Le calendrier apparaît, sélectionnez les dates de votre choix



Dans notre exemple, nous avons sélectionné la période du 04/06 au 01/07/2007 (mois de juin 2007 Mediamat), le profil des 17 cibles standard sera la moyenne des bases répondants sur la période.

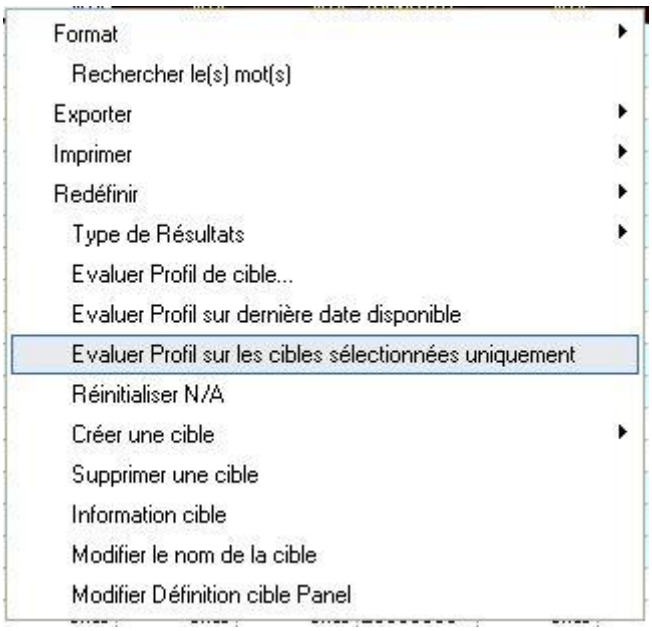
Copyright Médiamétrie

ATTENTION
Ce calcul peut être long !
Cas N°3 : Vous souhaitez obtenir un profil sur l'ensemble des cibles présentes dans le tableau de résultats et sur la dernière date renseignée en base, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Evaluer Profil sur dernière date disponible".



Le calcul est lancé automatiquement.

Cas N°4 : Vous souhaitez obtenir un profil sur une ou plusieurs cibles sélectionnées dans le tableau de résultats, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Evaluer Profil sur les cibles sélectionnées uniquement"



Le calendrier apparaît, sélectionnez alors la ou les dates sur lesquelles vous souhaitez calculer un profil.

IMP
Si plusieurs dates sont sélectionnées dans le calendrier, *MMW* calculera automatiquement le profil moyen.

Copyright Médiamétrie

Ci-après le profil des 17 cibles calculé sur la date du 1er juillet 2007 :

	Informations Générales							Age Standard						
	Libellé Long	Libellé Court	Définition	Type	%	Effectif Pondéré	Période d'accès	4-10 ANS	11-14 ANS	15-24 ANS	25-34 ANS	35-49 ANS	50-64 ANS	65 ANS ET +
1	Ind 4+	Ind 4+	AGE Std: {4-10 ANS, 11-1	Individu	100,0	6250,6	20060101-20071231	9,2	5,2	13,2	13,3	22,3	19,7	17,1
2	Foyers	Foyers	TAILLE_AGGLO: {COMM	Foyer	100,0	2779,1	20060101-20071231	-	-	-	-	-	-	-
3	Ind 15+	Ind 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	85,6	5351,4	20060101-20071231	0,0	0,0	15,4	15,6	26,0	23,0	20,0
4	Hommes 15+	Hommes 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	40,5	2531,1	20060101-20071231	0,0	0,0	15,8	15,2	27,8	23,1	18,0
5	Femmes 15+	Femmes 15+	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	45,1	2820,3	20060101-20071231	0,0	0,0	15,1	15,9	24,4	22,9	21,7
6	Ménagères	Ménagères	MENAGERE: {Oui}.	Individu	38,3	2394,6	20060101-20071231	0,0	0,0	3,2	17,2	27,9	26,6	25,1
7	Ménagères 15-49	Ménagères 15-49	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	18,5	1157,6	20060101-20071231	0,0	0,0	6,6	35,6	57,8	0,0	0,0
8	Ind 15-34	Ind 15-34	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	26,6	1660,7	20060101-20071231	0,0	0,0	49,8	50,2	0,0	0,0	0,0
9	Ind 15-49	Ind 15-49	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	48,8	3051,9	20060101-20071231	0,0	0,0	27,1	27,3	45,6	0,0	0,0
10	Ind + Chef CSP+	Ind + Chef CSP+	CSP_CHEF: {ARTISANS,	Individu	27,5	1719,3	20060101-20071231	0,0	0,0	18,7	22,3	36,2	22,4	0,5
11	Ind. Agglo >100 000	Ind. Agglo >100 000	TAILLE_AGGLO: {AGGL	Individu	36,0	2251,0	20060101-20071231	0,0	0,0	14,8	17,4	23,8	22,9	21,1
12	Actifs	Actifs	ACTIVITE: {ACTIF}.	Individu	46,2	2888,2	20060101-20071231	0,0	0,0	7,0	25,6	43,4	23,9	0,2
13	Enfants 4-10	Enfants 4-10	AGE Std: {4-10 ANS}.	Individu	9,2	573,2	20060101-20071231	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
14	Enfants 11-14	Enfants 11-14	AGE Std: {11-14 ANS}.	Individu	5,2	326,0	20060101-20071231	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
15	Ind 15-24	Ind 15-24	AGE Std: {15-24 ANS}.	Individu	13,2	826,5	20060101-20071231	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
16	Femmes 15-34	Femmes 15-34	AGE Std: {15-24 ANS, 25-	Individu	14,0	875,2	20060101-20071231	0,0	0,0	48,8	51,2	0,0	0,0	0,0
17	Femmes Actives	Femmes Actives	ACTIVITE: {ACTIF} SEX	Individu	21,3	1331,0	20060101-20071231	0,0	0,0	7,1	27,7	42,1	22,9	0,3

Hommes 15+

- Il s'agit d'une cible de type "Individu", représentant **40,5%** de la cible de référence "Individus 4+".
- Le 01/06/07, cette cible compte **2531,1** individus pondérés du panel.
- L'utilisateur peut obtenir des résultats sur cette cible sur la période 01/01/2006 – 31/12/2007(cette période correspond à son abonnement)
- **Cette cible apparaît surlignée en bleu car elle contient des invités.**
- **Profil**
  - . 15,8% de cette cible est composée de 15-24 ans
  - . 15,2% de cette cible est composée de 25-34 ans
  - . 27,8% de cette cible est composée de 35-49 ans
  - . 23,1% de cette cible est composée de 50-64 ans
  - . 18,0% de cette cible est composée de 65 ans et +

Copyright Médiamétrie

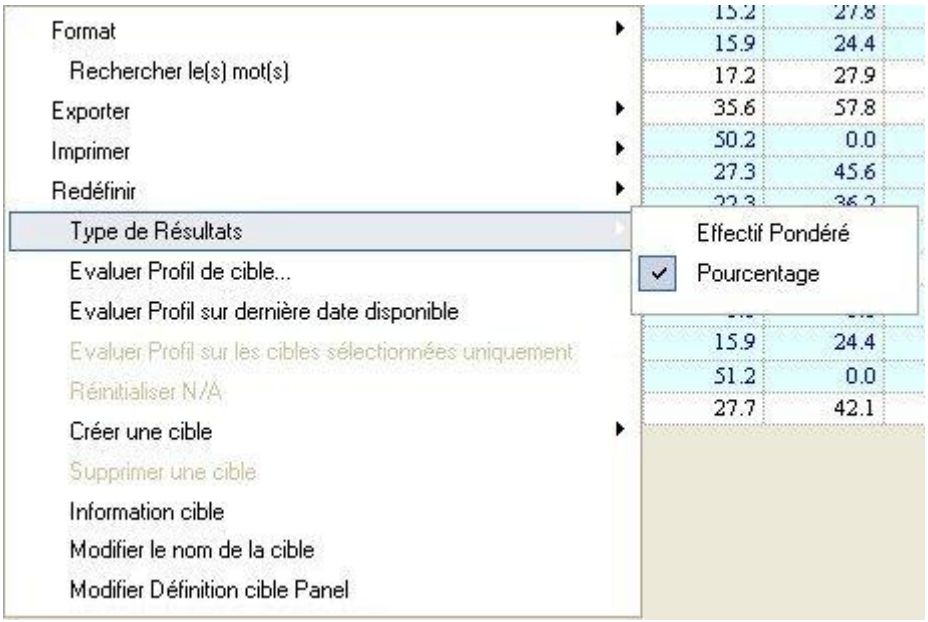
Actifs

- Il s'agit d'une cible de type "Individu", représentant **46,2%** de la cible de référence "Individus 4+".
- Le 01/06/07, cette cible compte **2888,2** individus pondérés du panel.
- L'utilisateur peut obtenir des résultats sur cette cible sur la période 01/01/2006 – 31/12/2007(cette période correspond à son abonnement)
- **Cette cible apparaît non-surlignée en bleu car elle ne contient pas d'invités.**
- **Profil**
  . 7,0% de cette cible est composée de 15-24 ans
  . 25,6% de cette cible est composée de 25-34 ans
  . 43,4% de cette cible est composée de 35-49 ans
  . 23,9% de cette cible est composée de 50-64 ans
  . 0,2% de cette cible est composée de 65 ans et +

Copyright Médiamétrie

RAPPEL
Les seules informations au niveau "Individus" dont Médiamétrie dispose pour les invités des foyers panélistes sont :
- leur sexe (Homme / Femme)
- leur tranche d'âge (4-10 / 11-14 / 15-24 / 25-34 / 35-49 / 50-64 / 65+)
(Seules ces deux informations peuvent être renseignées par un invité au niveau de l'audimètre).
Puis par convention, on applique toutes les caractéristiques du foyer aux invités (Variables Foyer : abonnement TPS, type d'agglomération…).

Vous pouvez à tout moment modifier le type de résultats affichés dans le tableau, pour cela, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats, puis sélectionnez l'option "Type de Résultats".
Le profil de cibles peut être exprimé en Pourcentage (valeur par défaut) ou en Effectif Pondéré du panel.



5.2. Création de cibles

Il existe 3 types de cibles déclinés en cibles Médiamétrie et cibles Utilisateur.

A NOTER
Les cibles Médiamétrie ne sont ni modifiables, ni supprimables par l'utilisateur.

1/ Cibles Panel
Cibles créées à partir des variables du panel (Médiamétrie et/ou Utilisateur)

2/ Cibles Composites
Cibles créées à partir de cibles (Médiamétrie et/ou Utilisateur)

3/ Cibles Comportementales
Cibles créées à partir des analyses de comportement (Utilisateur uniquement)

Copyright Médiamétrie

5.2.1. Création de cibles Panel

Pour créer une cible panel, vous pouvez soit utiliser une cible existante dans le tableau de résultats dont la composition est proche de celle que vous souhaitez créer soit sélectionner chacune des variables à utiliser par vous-mêmes.

5.2.1.1. Création d'une cible à partir des variables du panel

Il existe trois grands types de variables du panel (anciennement appelées variables socio-démographiques dans Telereport) :

✓ Les variables "Foyer"
Ce sont les variables caractéristiques d'un foyer, qu'il s'agisse de la taille de l'agglomération, du type d'habitat ou de l'équipement en four micro-onde, lave vaisselle...

✓ Les variables "Individus"
Elles concernent les individus eux-mêmes, qu'il s'agisse de leur âge, de leur niveau d'étude,...

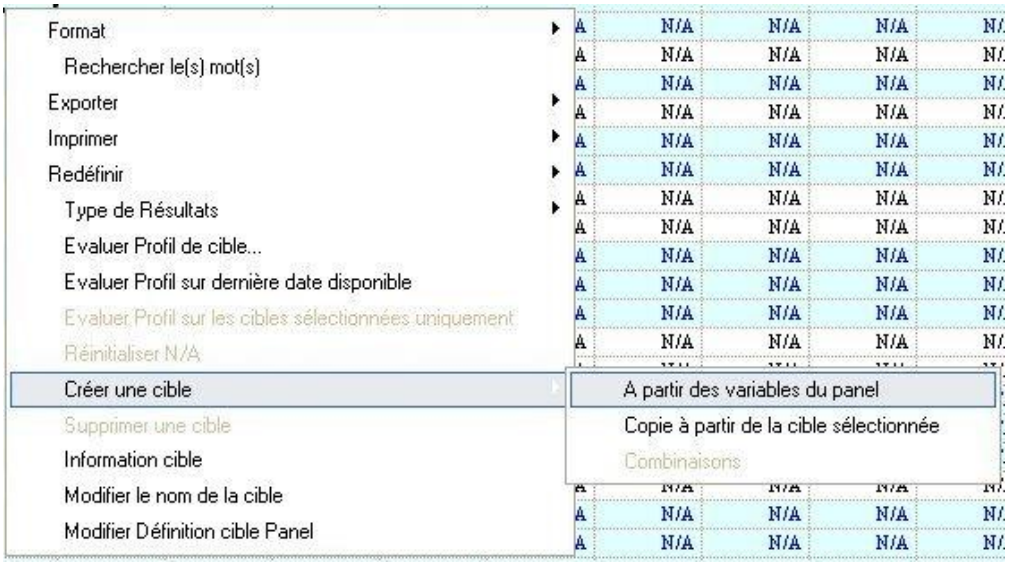
✓ Les variables "Poste"
Elles concernent l'équipement audiovisuel du foyer, qu'il s'agisse du nombre de téléviseurs, de l'initialisation aux chaînes (Arte/La Cinquième, M6) ou de l'initialisation Câble.

Pour chacune des variables présentes dans la base, l'application *MMW* vous précise le détail de ses modalités.

Ex : Variable Foyer : Catégorie d'Agglomération

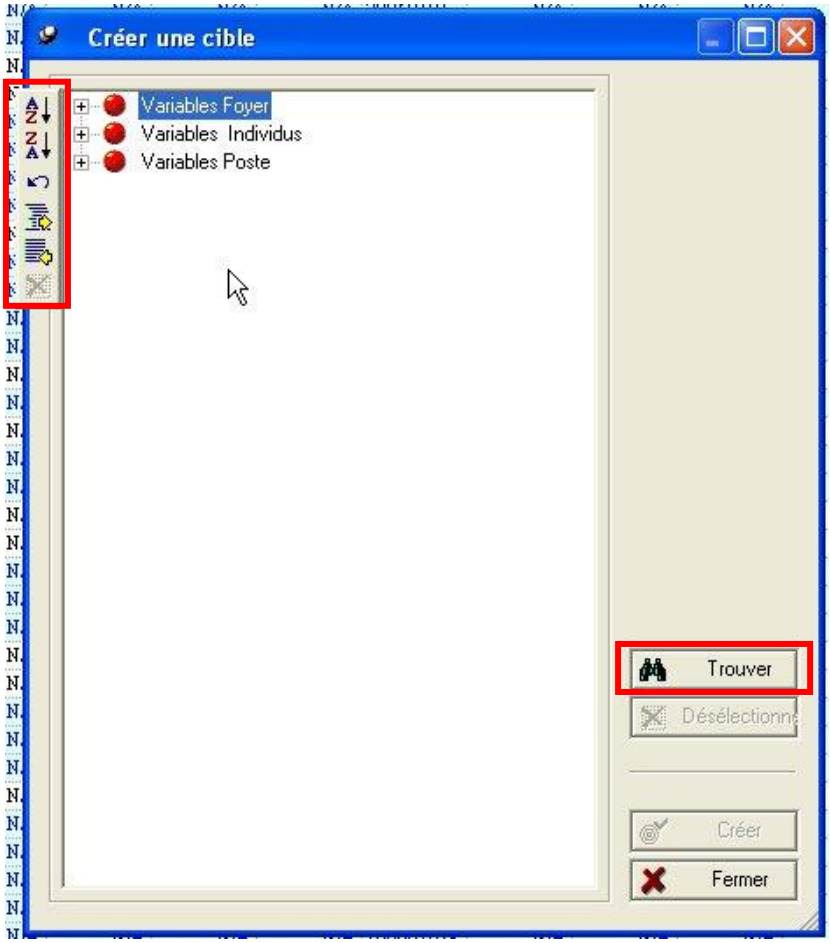
↳ Modalités
. Agglo +100 000 HAB
. Agglo -20 000 HAB
. Agglo 20-100 000 HAB
. Agglo Parisienne
. Commune Rurale

Pour créer une cible à partir des variables du panel, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionnez l'option "Créer une cible" > "A partir des variables du panel"



Copyright Médiamétrie

La fenêtre suivante apparaît :



Vous pouvez vous aider du menu qui apparaît à gauche de la fenêtre en glissant la souris au niveau de la liste de choix.
Ce menu vous permet de trier, d'afficher le détail des modalités… La fonction "Trouver" vous permet de rechercher une variable/modalité à partir d'une chaîne de caractères.

Règles de création des cibles

⌦ Pour sélectionner/désélectionner une variable/modalité, double-cliquez sur la pastille correspondante ou bien utilisez la barre d'espace de votre clavier. La pastille passe au vert, la variable/modalité est sélectionnée.

⌦ Si sélection à partir de la variable, toutes les modalités qui composent cette variable sont automatiquement sélectionnées.

⌦ L'application *MMW* applique les opérations logiques suivantes par défaut :

- Si sélection de plusieurs modalités d'une même variable => Opération Logique = Union (OU)

MMW construit la cible à partir des individus répondant à l'une ou l'autre des conditions.

- Si sélection de plusieurs variables => Opération Logique = Intersection (ET)

MMW construit la cible à partir des individus répondant à toutes les conditions.

Copyright Médiamétrie

Ex : Création de la cible "Ind 25-64 actifs"
Sélection de la variable "Age Standard" et des modalités "25-34 ans" ; "35-49 ans" ; "50-64 ans"
=> Union => "Individus de 25-64 ans"
Puis, sélection de la variable "Activité de l'Individu" et de la modalité "Actif"
=> Intersection entre "Individus de 25-64 ans" et "Actif"

Puis cliquez sur le bouton "**Créer**", la fenêtre suivante apparaît :

Entrez alors un libellé long et un libellé court (le libellé court est obligatoire, c'est celui qui est repris dans l'ensemble de l'application *MMW*).
Si aucun libellé long n'est renseigné, l'application *MMW* appliquera le libellé "DEFAUT".
La case à cocher "Prendre en compte les invités" est grisée et décochée par défaut. En effet, la cible en cours de création ne dispose pas de l'information "Invités" (CF paragraphe 7.1.3). Dans le cas où la cible en cours de création peut contenir les invités, cette case à cocher sera dégrisée et cochée par défaut.

Copyright Médiamétrie

Puis cliquez sur le bouton "**OK**". La cible est créée, elle apparaît en bas du tableau de résultats dans le groupe "**Cibles Panel Utilisateur**".

Pour que la création de la nouvelle cible utilisateur soit prise en compte dans la base *MMW*, il est nécessaire de fermer le module "Cibles". La cible utilisateur apparaît alors dans toutes les analyses de l'application *MMW*. Elle est placée à la fin de la liste des cibles disponibles.
Il se peut que la cible à créer existe déjà (composition déjà existante en base), l'application *MMW* vous demande alors de confirmer la création de cette cible :

De plus, l'application *MMW* applique un contrôle sur l'effectif brut de la cible en cours de création.

Le seuil de création des cibles panels et composites est de 400 individus (seuil de création des cibles dans la chaîne de traitement Mediamat 2).
Au-dessous ce seuil, la cible ne peut pas être créée. La boite de dialogue suivante apparaît :

Markdata Media Workstation
Impossible de créer la cible : zawa.
La cible ne répond pas à la condition minimale d'effectif
OK

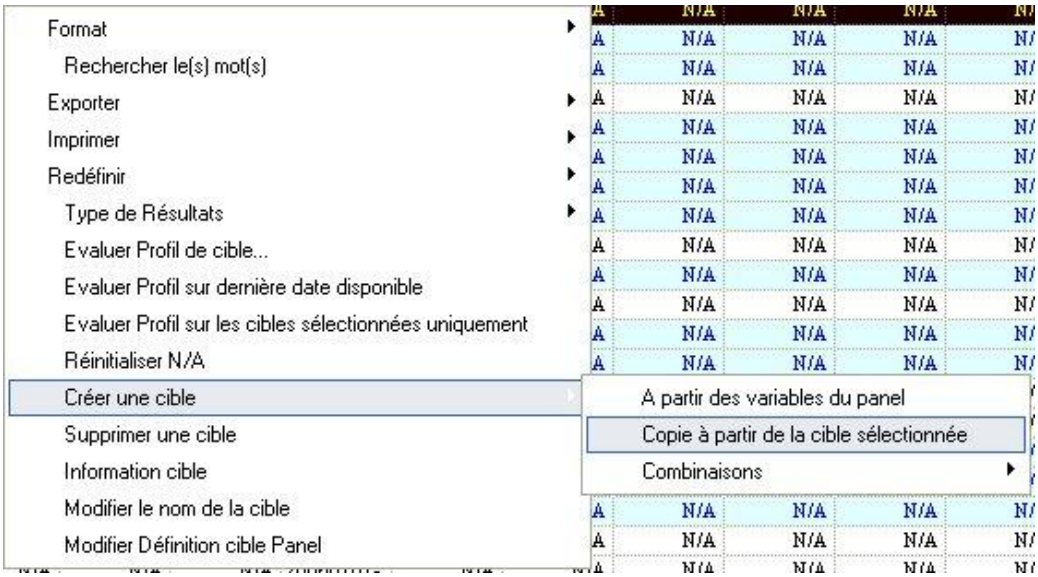
5.2.1.2. Création d'une cible Panel à partir d'une cible Panel déjà existante

Ex :
Création de la cible Panel "Femmes 15+ vivant dans une agglomération de + de 100 000 habitants"

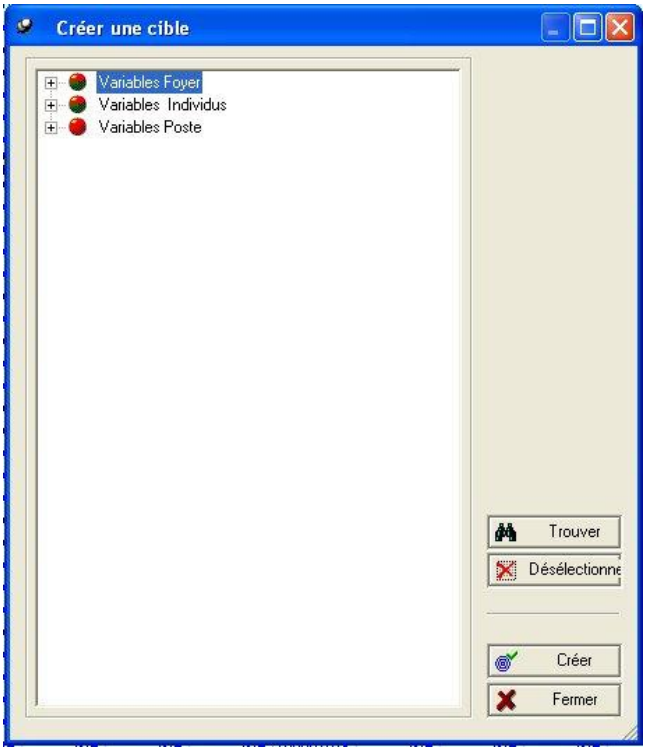
1- Sélectionnez une cible existante dans le tableau de résultats dont la composition est proche de celle que vous souhaitez créer.
Ici, il s'agit de la cible "Ind Agglo > 100 000" ("Ind 15+ vivant dans une agglomération de + de 100 000 habitants")

2- Effectuez un clic droit et sélectionnez l'option "Créer une cible" puis "Copie à partir de la cible sélectionnée" :

Copyright Médiamétrie

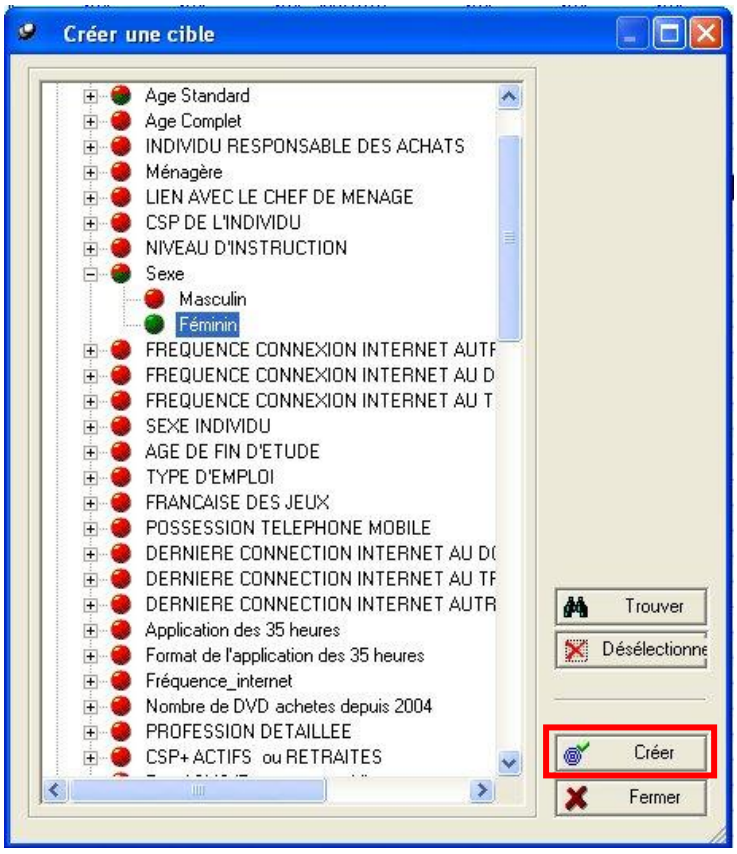


La fenêtre suivante apparaît :



La sélection de variables et modalités correspond à la cible sélectionnée, il vous suffit alors de modifier (supprimer ou rajouter) cette sélection.
Dans notre exemple, sélection de la variable "Sexe" et de la modalité "Féminin"

Copyright Médiamétrie



Puis cliquez sur le bouton "Créer", la fenêtre suivante apparaît :

Entrez alors un libellé long et un libellé court (le libellé court est obligatoire, c'est celui qui est repris dans l'ensemble de l'application *MMW*).
Si aucun libellé long n'est renseigné, l'application *MMW* appliquera le libellé "DEFAUT".
La case à cocher "Prendre en compte les invités" est dégrisée et cochée par défaut. En effet, la cible en cours de création dispose de l'information "Invités" (CF paragraphe 7.1.3). Dans le cas où la cible en cours de création ne peut pas contenir les invités, cette case à cocher sera grisée et décochée.

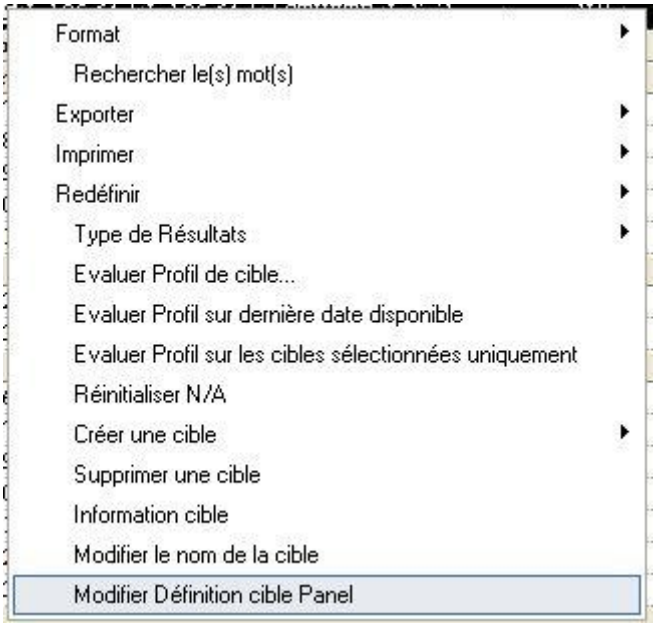
Puis cliquez sur le bouton "OK". La cible est créée, elle apparaît en bas du tableau de résultats dans le groupe "**Cibles Panel Utilisateur**".

Pour que la création de la nouvelle cible utilisateur soit prise en compte dans la base *MMW*, il est nécessaire de fermer le module "Cibles". La cible utilisateur apparaît alors dans toutes les analyses de l'application *MMW*. Elle est placée à la fin de la liste des cibles disponibles.

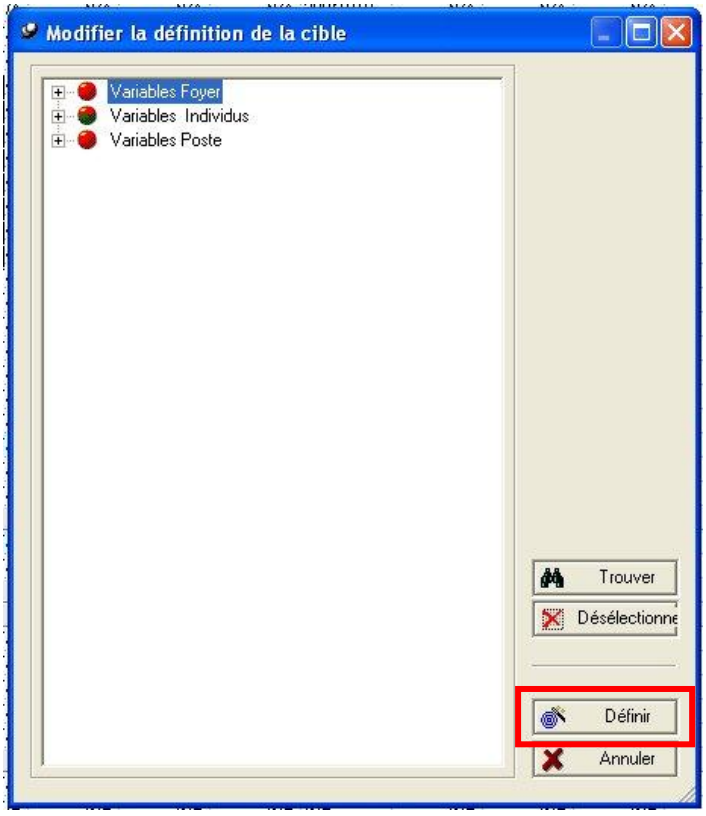
Copyright Médiamétrie

5.2.1.3. ***Modification de la définition d'une cible Panel***

Pour modifier la définition d'une cible panel, sélectionnez la cible dans le tableau de résultats, effectuez un clic droit puis sélectionnez l'option "Modifier Définition cible Panel". Répéter cette action pour chacune des cibles Panel à modifier.



La fenêtre suivante apparaît, vous pouvez alors modifier la définition de la cible panel à partir des variables du panel.



Cliquez sur le bouton "Définir", la modification de la définition est automatiquement appliquée à la cible sélectionnée.

Copyright Médiamétrie

5.2.2. Création de cibles Composites

5.2.2.1. Cible Complémentaire

L'option "Complément" permet de créer une cible complémentaire de la cible choisie, à savoir l'ensemble du panel sauf la cible choisie. Cette notion de "cible complémentaire" est totalement différente de celle proposée dans les analyses de comportement lors de la création de cibles comportementales complémentaires (CF paragraphe 5.1.5.3.).

Sélectionnez une cible dans le tableau de résultats (en cliquant sur le n° de ligne de la cible) et effectuez un clic droit. Puis sélectionnez l'option "Créer une cible" > "Combinaison" > "Complément".

Ex : Sélection de la cible "Actifs" afin de créer la cible complémentaire "Inactifs"

Entrez alors un libellé long et un libellé court (le libellé court est obligatoire, c'est celui qui est repris dans l'ensemble de l'application *MMW*).
Si aucun libellé long n'est renseigné, l'application *MMW* appliquera le libellé "DEFAUT".

Puis cliquez sur le bouton "OK". La cible est créée, elle apparaît en bas du tableau de résultats dans le groupe "**Cibles Composites Utilisateur**".

Pour que la création de la nouvelle cible utilisateur soit prise en compte dans la base *MMW*, il est nécessaire de fermer le module "Cibles". La cible utilisateur apparaît alors dans toutes les analyses de l'application *MMW*. Elle est placée à la fin de la liste des cibles disponibles.

5.2.2.2. Autres Cibles Composites (A partir d'une sélection de deux cibles au moins)

Sélectionnez au moins deux cibles dans le tableau de résultats (en cliquant sur les n° de ligne des cibles) et effectuez un clic droit. Puis sélectionnez l'option "Créer une cible" > "Combinaison" > "Union" ou "Intersection".

Copyright Médiamétrie

Ex 1 : Sélection des cibles "Ind 15-34" et "Actifs" et application de l'opération logique "Intersection" (ET) afin de créer la cible composite "Ind 15-34 Actifs". La liste des individus pris en compte dans la création de cette cible répond aux deux conditions.

Ex 2 : Sélection des cibles "Ind 15-24" et "Ind 25-34" et application de l'opération logique "Union" (OU) afin de créer la cible composite "Ind 15-34". La liste des individus pris en compte dans la création de cette cible répond à l'une ou l'autre des conditions.

Entrez un libellé long et un libellé court (le libellé court est obligatoire, c'est celui qui est repris dans l'ensemble de l'application *MMW*).
Si aucun libellé long n'est renseigné, l'application *MMW* appliquera le libellé "DEFAUT".

Puis, cliquez sur le bouton "OK". La cible est créée, elle apparaît en bas du tableau de résultats dans le groupe "**Cibles Composites Utilisateur**".

Pour que la création de la nouvelle cible utilisateur soit prise en compte dans la base *MMW*, il est nécessaire de fermer le module "Cibles". La cible utilisateur apparaît alors dans toutes les analyses de l'application *MMW*. Elle est placée à la fin de la liste des cibles disponibles.

Copyright Médiamétrie

5.2.2.3. Création de plusieurs cibles à partir d'une même cible

Sélectionnez une cible dans le tableau de résultats (en cliquant sur le n° de ligne de la cible) et effectuez un clic droit. Puis sélectionnez l'option "Créer une cible" > "Combinaison" > "Etendue".

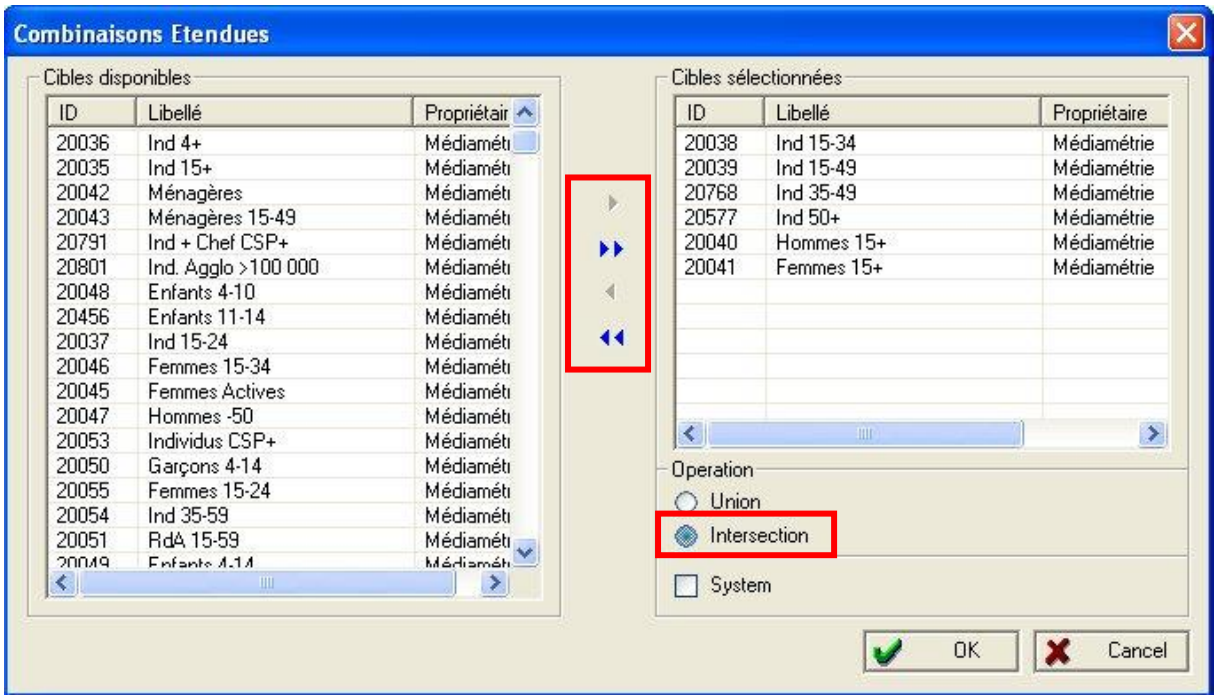
Cette option vous permet en une opération, de créer plusieurs cibles à partir d'une même cible.

Cliquez sur les cibles avec lesquelles vous souhaitez combiner la cible initiale (zone de gauche "Cibles disponibles") et cliquez sur les flèches centrales pour les sélectionner. Elles passent alors dans la zone de droite ("Cibles sélectionnées")

Puis sélectionnez l'opérateur logique à appliquer "Union" ou "Intersection". Cet opération logique sera commune aux différentes créations de cibles. L'opérateur "Intersection" est sélectionné par défaut.

Ex : Sélection de la cible "Actifs" afin de créer en une opération les 6 cibles composites suivantes :
- Ind 15-34 ans Actifs
- Ind 15-49 ans Actifs
- Ind 35-49 ans Actifs
- Ind 50+ ans Actifs
- Femmes 15+ Actives
- Hommes 15+ Actifs

Copyright Médiamétrie



Puis, cliquez sur le bouton "**OK**".

L'application *MMW* vous demande de confirmer la combinaison de ces 6 cibles à partir de la cible "Actifs"

Markdata Media Workstation
Etes-vous sûr de vouloir appliquer une intersection ?: "Actifs" (ID: 20044) avec chacune des cibles sélectionnées?
Oui
Non
Annuler

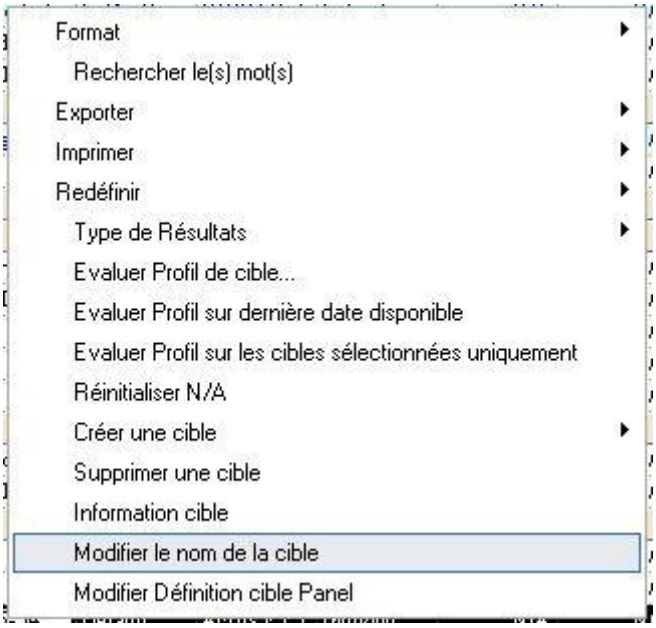
Cliquez sur "OUI", les cibles sont créées les unes après les autres, elles apparaissent en bas du tableau de résultats dans le groupe "**Cibles Composites Utilisateur**".

Pour que la création des nouvelles cibles utilisateur soit prise en compte dans la base *MMW*, il est nécessaire de fermer le module "Cibles". Les cibles utilisateur apparaissent alors dans toutes les analyses de l'application *MMW*. Elles sont placées à la fin de la liste des cibles disponibles.

Par défaut, l'application *MMW* détermine un libellé long (il correspond à l'association des libellés des deux cibles sélectionnées et un libellé court ("DEFAUT") pour chacune des cibles ainsi créées.

Pour modifier les libellés courts et longs de ces 6 cibles, sélectionnez une des cibles ainsi créées, effectuez un clic droit puis sélectionnez l'option "Modifier le nom de la cible". Répéter cette action pour chacune des cibles.

Copyright Médiamétrie



A NOTER
Cette option permet de modifier tous les libellés des cibles Utilisateur quel que soit leur type (panel/composite/comportementale). Les libellés des cibles Médiamétrie ne sont quant à eux pas modifiables.

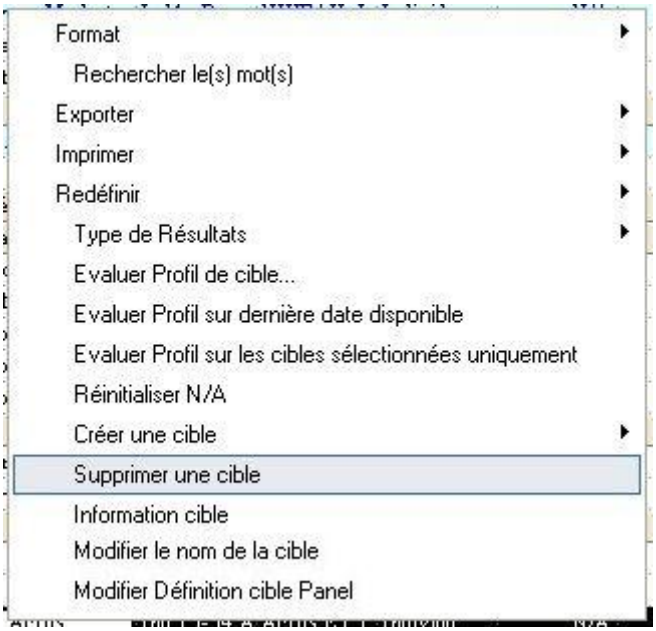
5.2.3. Options communes aux cibles Panel et Composites

5.2.3.1. Modification d'un nom de cible

CF paragraphe 5.2.2.3.

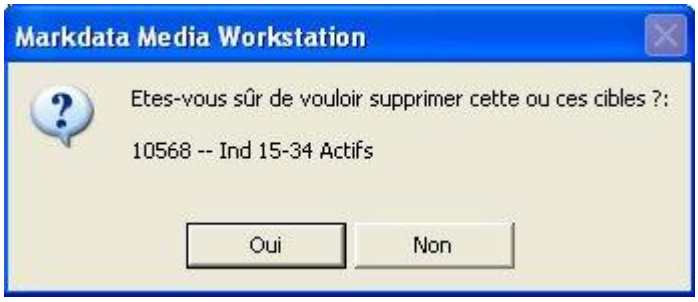
5.2.3.2. Suppression d'une cible

Pour supprimer une cible, sélectionnez la cible dans le tableau de résultats, effectuez un clic droit puis sélectionnez l'option "Supprimer une cible". Répéter cette action pour chacune des cibles à supprimer.



Copyright Médiamétrie

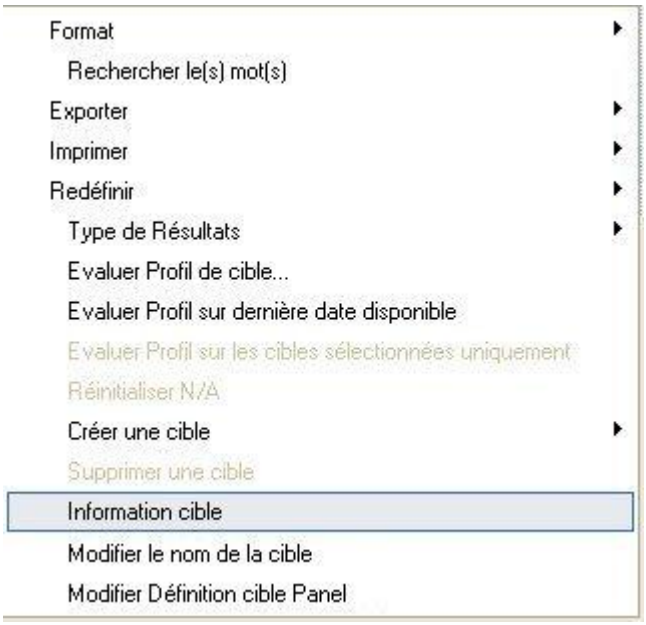
L'application *MMW* vous demande alors de confirmer la suppression :



A NOTER
Cette option permet de supprimer les cibles Utilisateur quel que soit leur type (panel/composite/comportementale). Les cibles Médiamétrie ne sont quant à elles pas supprimables.

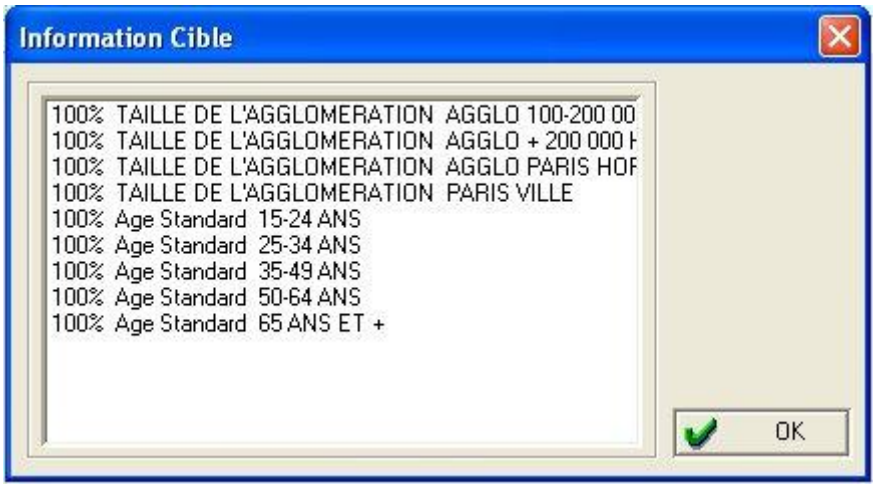
5.2.3.3. Information sur une cible

Vous pouvez à tout moment afficher le détail de la composition d'une cible sélectionnée dans le tableau de résultats, pour cela, effectuez un clic droit au niveau du tableau de résultats, puis sélectionnez l'option "Information Cible".



Ex : Sélection de la cible Panel "Ind. Agglo >100 000"

Copyright Médiamétrie


Information Cible
100% TAILLE DE L'AGGLOMERATION AGGLO 100-200 00
100% TAILLE DE L'AGGLOMERATION AGGLO + 200 000 H
100% TAILLE DE L'AGGLOMERATION AGGLO PARIS HOF
100% TAILLE DE L'AGGLOMERATION PARIS VILLE
100% Age Standard 15-24 ANS
100% Age Standard 25-34 ANS
100% Age Standard 35-49 ANS
100% Age Standard 50-64 ANS
100% Age Standard 65 ANS ET +
OK

Cette cible est donc créée à partir de deux variables du panel :

1/ "Taille de l'Agglomération" avec les modalités :
- Agglo 100-200 000 Habitants
- Agglo +200 000 Habitants
- Agglo Paris Hors Paris Ville
- Paris Ville

2/ "Age Standard" avec les modalités :
- 15-24 ans
- 25-34 ans
- 35-49 ans
- 50-64 ans
- 65 ans et +

Copyright Médiamétrie

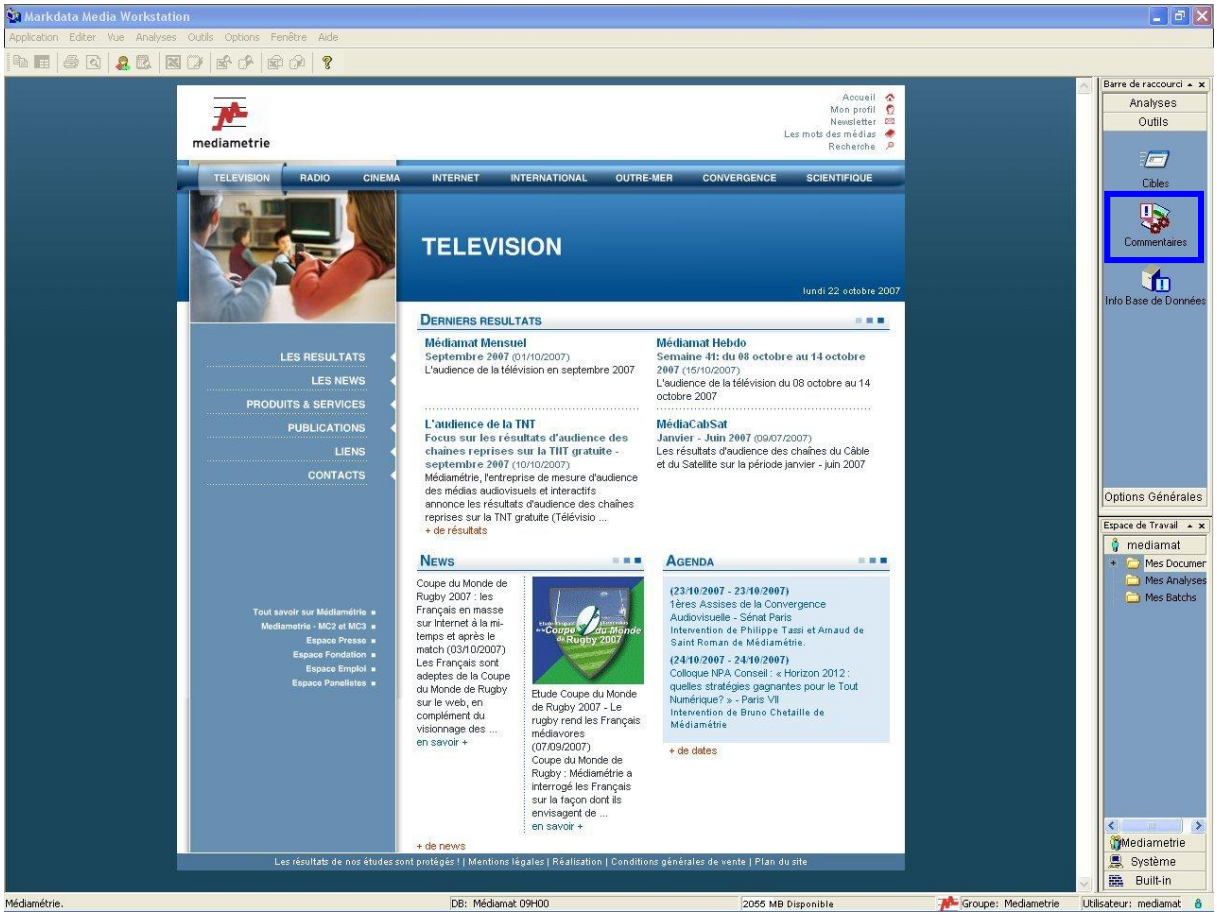
6. Les autres outils

6.1. Commentaires

Le module "Commentaires" permet à l'utilisateur de créer des commentaires pour chacun des jours du calendrier (dates passées et futures). Ces commentaires pourront ensuite être affichés au niveau des tableaux de résultats.

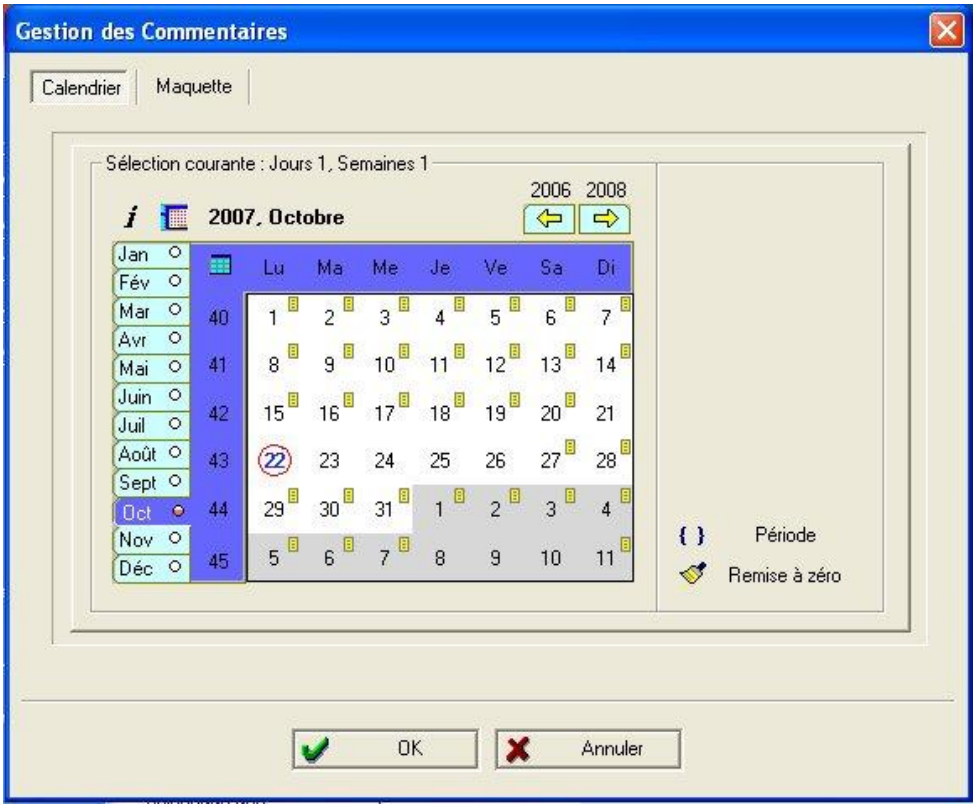
6.1.1. Création d'un commentaire

Pour créer un commentaire, cliquer sur l'icône "**Commentaires**" dans la barre de raccourci de *MMW*.



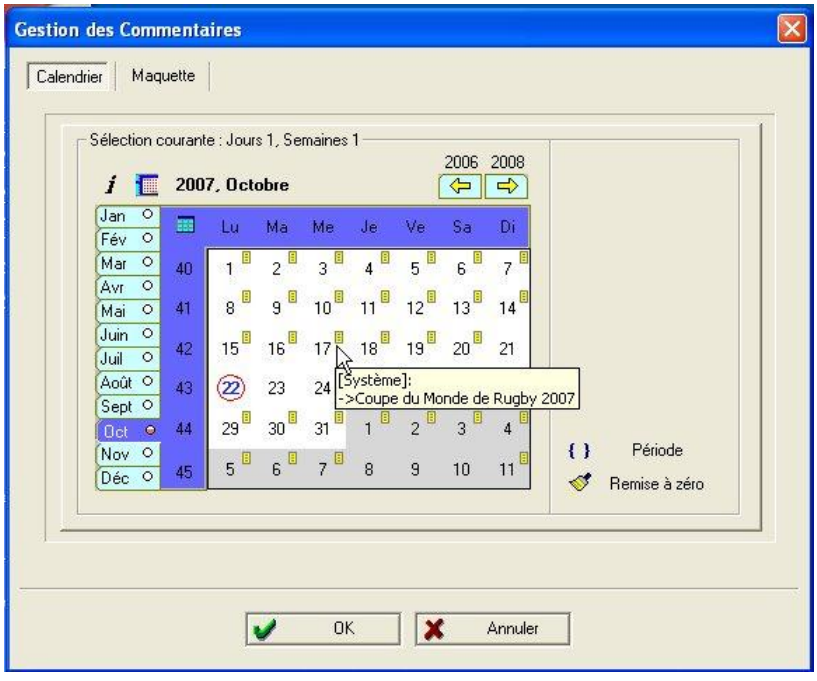
Copyright Médiamétrie

La fenêtre suivante apparaît :



Les post-it jaunes signifient qu'un commentaire a été associé à la date. Médiamétrie a créée un fichier de commentaires pour l'ensemble du marché contenant les vacances scolaires, les jours fériés et les événements spéciaux (événements sportifs par exemple). Ce fichier est mis à jour régulièrement par Médiamétrie et fourni à ses clients pour qu'ils puissent l'intégrer en local à *MMW*.

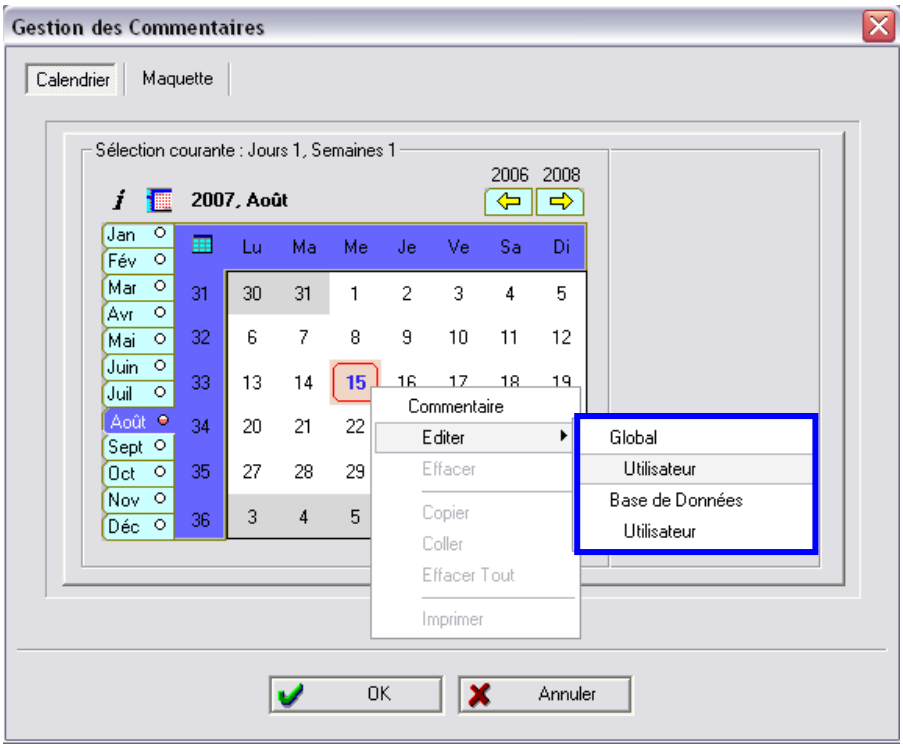
Exemple



Pour la journée du 17/10/2007, Médiamétrie (Système) a créé le commentaire "Coupe du Monde de Rugby 2007".
Les commentaires "Système", ne sont ni modifiables, ni supprimables par un utilisateur.

Copyright Médiamétrie

Pour créer, un commentaire "Utilisateur", sélectionner une date puis effectuer un clic droit, le menu suivant apparaît :



Si l'utilisateur dispose de différentes bases de données, deux possibilités :

- L'utilisateur souhaite que ce commentaire soit intégré uniquement dans la base de données dans laquelle il se trouve, cliquer alors sur l'option "**Editer > Base de Données > Utilisateur**".

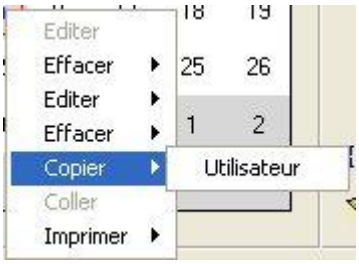
- L'utilisateur souhaite que ce commentaire soit intégré dans toutes les bases de données auxquelles il a accès, cliquer alors sur l'option "**Editer > Global > Utilisateur**".

Dans les deux cas, la fenêtre suivante apparaît :

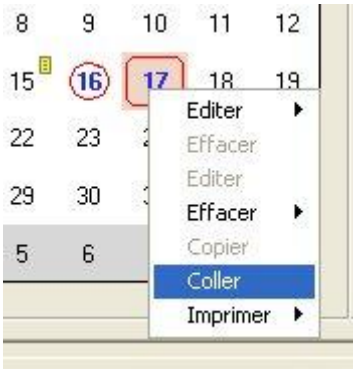
Entrer alors un commentaire (Ici "Jour Férié") puis cliquer sur "OK". Un post-it apparaît alors pour la date sélectionnée. Pour lire le contenu de ce commentaire, glisser la souri sur la date, une info-bulle contenant le commentaire apparaît.

Pour copier un commentaire existant vers une ou plusieurs autres dates. Sélectionner la date pour laquelle le commentaire a été créé puis effectuer un clic droit et sélectionner l'option "**Copier > utilisateur**".

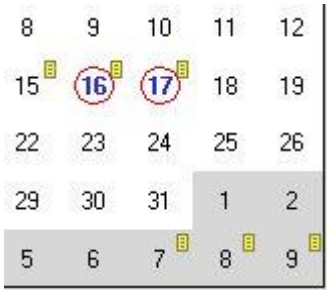
Copyright Médiamétrie



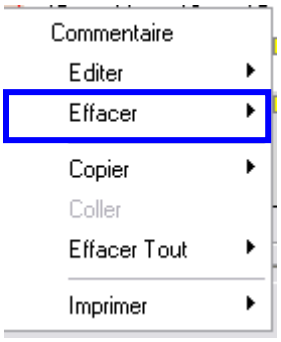
Sélectionner alors la ou les dates pour lesquelles le commentaire doit être collé puis effectuer un clic droit et sélectionner l'option "**Coller**".



Le commentaire a été copié vers les autres dates (Ici le 16 et 17).

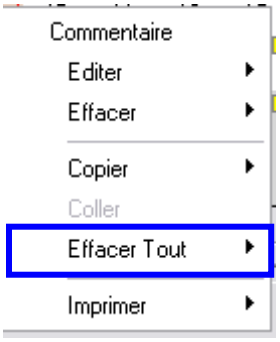


> Il est possible de supprimer un commentaire Utilisateur, pour cela sélectionner la ou les dates souhaitées et effectuer un clic droit, puis choisir l'option "**Effacer**".

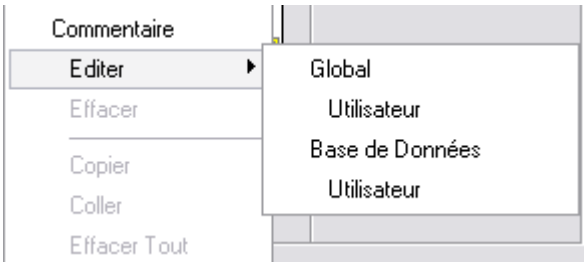


> Il est possible de supprimer tous les commentaires Utilisateur, pour cela sélectionner la ou les dates souhaitées et effectuer un clic droit, puis choisir l'option "**Effacer Tout**".

Copyright Médiamétrie



> Il est possible de modifier un commentaire Utilisateur, pour cela sélectionner la date souhaitée et effectuer un clic droit, puis choisir l'option "**Editer > Utilisateur**".

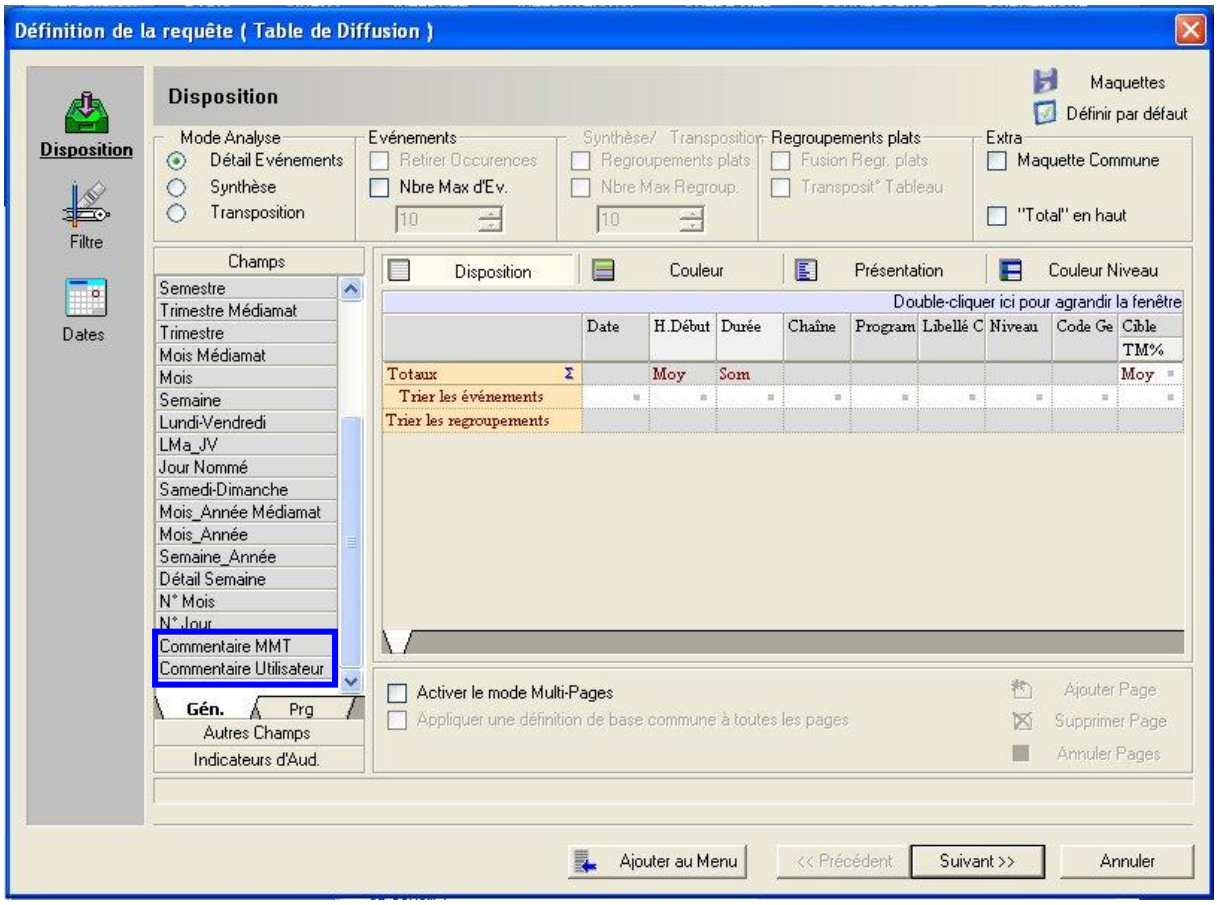


La fenêtre suivante apparaît, il est alors possible de modifier le commentaire existant ou bien d'ajouter un second commentaire pour cette même date (Ici les deux commentaires sont séparés par un ";").

6.1.2. Affichage d'un commentaire dans le tableau de résultats

Pour afficher un commentaire dans un tableau de résultats, sélectionner les champs "Commentaire Utilisateur" et/ou "Commentaire MMT" (Commentaire Médiamétrie) et placer les dans le tableau de disposition à l'endroit souhaité.

Copyright Médiamétrie



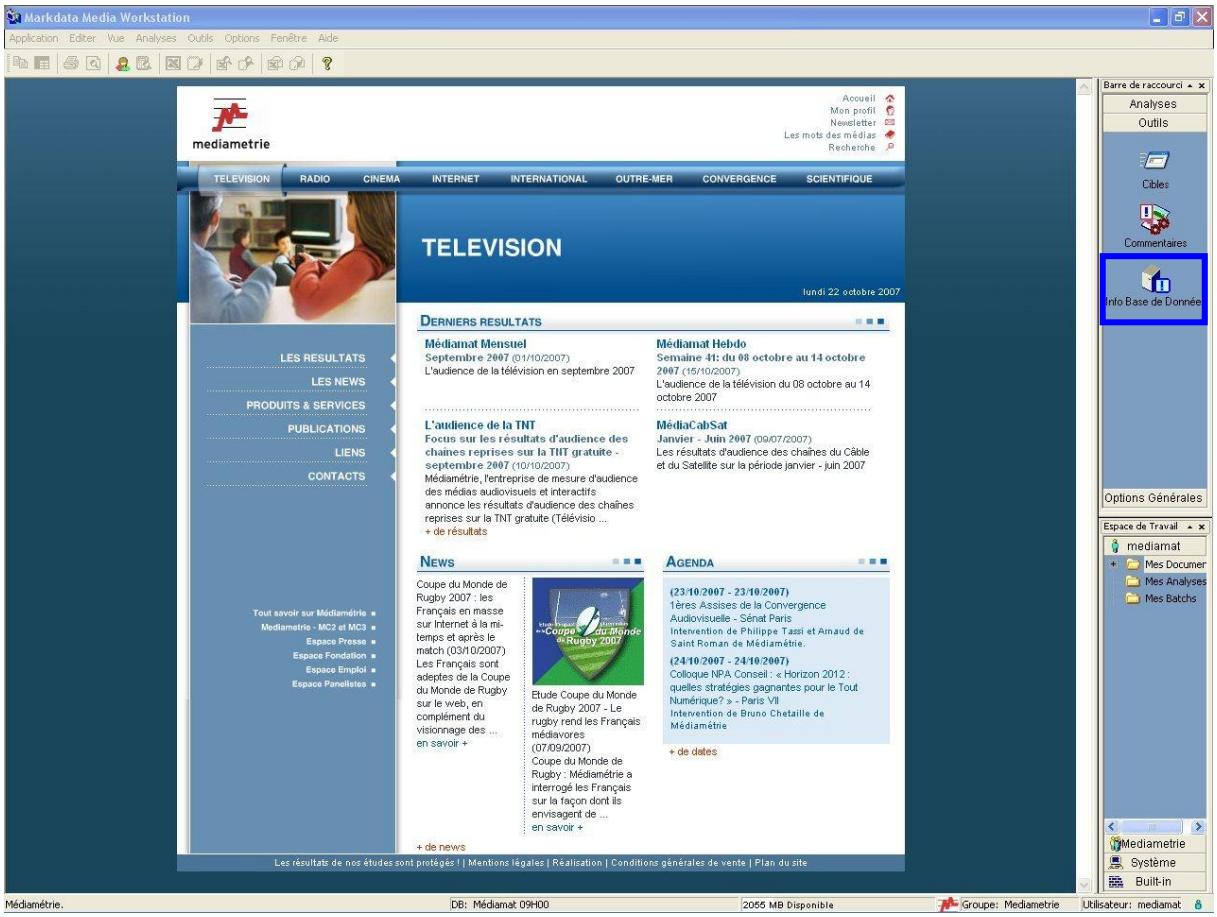
Exemple d'un tableau de résultats obtenu :

	Date	Commentaire Utilisateur	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire
594	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:01:36	00:02:39	France 3	PUB 3 22H55	
595	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:04:15	00:00:30	France 3	BAET EVENEMENT FTV	ATHLETISME CHAMPIONNATS DU MONDE D OSAKA
596	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:04:45	00:01:35	France 3	TIRAGE DU KENO	
597	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:06:20	00:00:48	France 3	BA	AFFAIRES CLASSEES
598	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:07:08	00:00:34	France 3	CINEMA	
599	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	23:07:42	01:34:04	France 3	UN DE TROP	
600	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:41:46	00:00:08	France 3	CN	PLUS BELLE LA VIE
601	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:41:54	00:00:48	France 3	BA	PARLEZ-MOI D AMOUR
602	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:42:42	00:02:48	France 3	PUB 3 24H45	
603	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:45:30	00:01:38	France 3	ESCAPADE-MAIDI ROTH-APRES TOI	
604	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:47:08	00:00:37	France 3	BA	FABIEN COSMA
605	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	24:47:45	00:24:07	France 3	PLUS BELLE LA VIE	
606	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	25:11:52	00:00:48	France 3	BA	AFFAIRES CLASSEES
607	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	25:12:40	00:19:24	France 3	SOIR 3 LE JOURNAL	YANN GONON
608	16/08/2007	Jour Férié ; Evénement Spécial	25:32:04	00:00:12	France 3	CN	LA CARTE AUX TRESORS

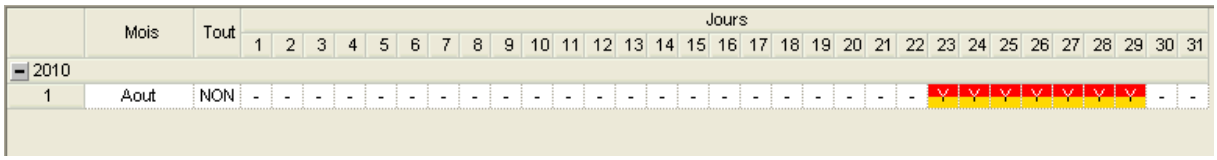
6.2. Info Base de Données

Le module "Info Base de Données" permet de consulter la profondeur d'historique de la base de données *MMW* dont l'utilisateur dispose.

Copyright Médiamétrie


Markdata Media Workstation
Application Editer Vue Analyses Outils Options Fenêtre Aide
mediametrie
Accueil
Mon profil
Newsletter
Les mots des médias
Recherche
TELEVISION
RADIO
CINEMA
INTERNET
INTERNATIONAL
OUTRE-MER
CONVERGENCE
SCIENTIFIQUE
TELEVISION
lundi 22 octobre 2007
LES RESULTATS
LES NEWS
PRODUITS & SERVICES
PUBLICATIONS
LIENS
CONTACTS
DERNIERS RESULTATS
Médiamat Mensuel
Septembre 2007 (01/10/2007)
L'audience de la télévision en septembre 2007
Médiamat Hebdo
Semaine 41: du 08 octobre au 14 octobre 2007 (15/10/2007)
L'audience de la télévision du 08 octobre au 14 octobre 2007
L'audience de la TNT
Focus sur les résultats d'audience des chaînes reprises sur la TNT gratuite - septembre 2007 (10/10/2007)
Médiamétrie, l'entreprise de mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs annonce les résultats d'audience des chaînes reprises sur la TNT gratuite (Télévisio ...
+ de résultats
MédiaCabSat
Janvier - Juin 2007 (09/07/2007)
Les résultats d'audience des chaînes du Câble et du Satellite sur la période janvier - juin 2007
NEWS
Coupe du Monde de Rugby 2007 : les Français en masse sur Internet à la mi-temps et après le match (03/10/2007)
Les Français sont adeptes de la Coupe du Monde de Rugby sur le web, en complément du visionnage des ...
en savoir +
Etude Coupe du Monde de Rugby 2007 - Le rugby rend les Français médiavores (07/09/2007)
Coupe du Monde de Rugby : Médiamétrie a interrogé les Français sur la façon dont ils envisagent de ...
en savoir +
+ de news
AGENDA
(23/10/2007 - 23/10/2007)
1ères Assises de la Convergence Audiovisuelle - Sénat Paris
Intervention de Philippe Tassi et Arnaud de Saint Roman de Médiamétrie.
(24/10/2007 - 24/10/2007)
Colloque NPA Conseil : « Horizon 2012 : quelles stratégies gagnantes pour le Tout Numérique? » - Paris VII
Intervention de Bruno Chetaille de Médiamétrie
+ de dates
Les résultats de nos études sont protégés ! | Mentions légales | Réalisation | Conditions générales de vente | Plan du site
Barre de raccourci
Analyses
Outils
Cibles
Commentaires
Info Base de Donnée
Options Générales
Espace de Travail
mediamat
Mes Documer
Mes Analyses
Mes Batchs
Mediametrie
Système
Built-in
Médiamétrie.
DB: Médiamat 09H00
2055 MB Disponible
Groupe: Mediametrie
Utilisateur: mediamat

La page suivante apparaît :



Y Jours pour lesquels les données d'audience « Live » sont présentes dans la base.

Les données d'audience « *Audience Veille* » ne sont pas disponibles (= J-1 non chargé)

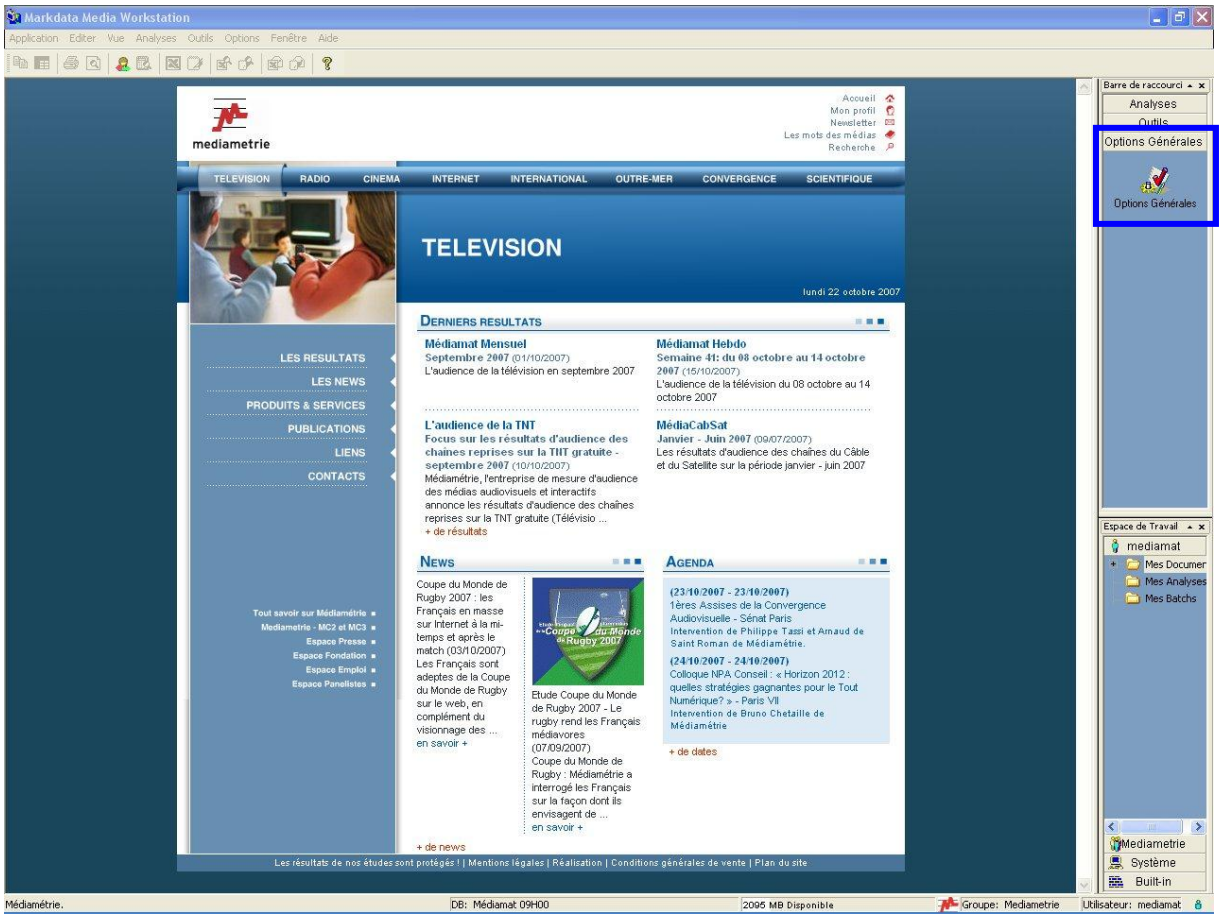
Les données d'audience « *Audience Consolidée* » ne sont pas disponibles (= les 7 derniers jours glissants).

\- Jours pour lesquels l'utilisateur ne dispose pas de données d'audience.

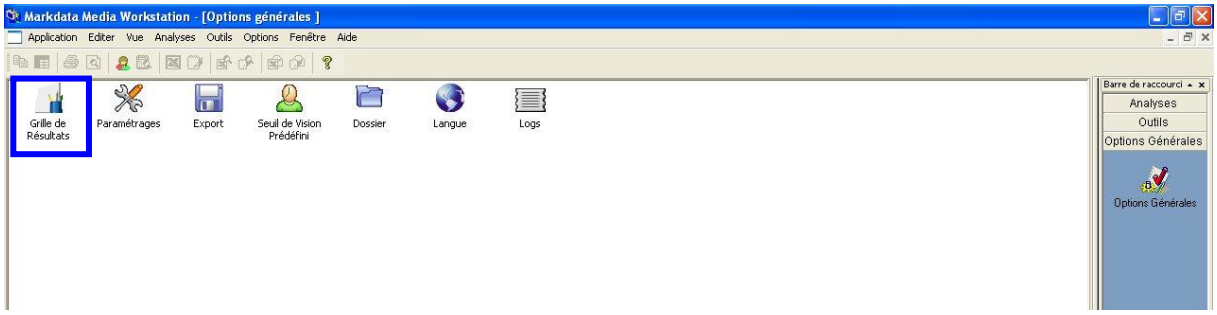
Copyright Médiamétrie

7. Le module « Options Générales »

Le module "**Options Générales**" propose différentes options de paramétrages.



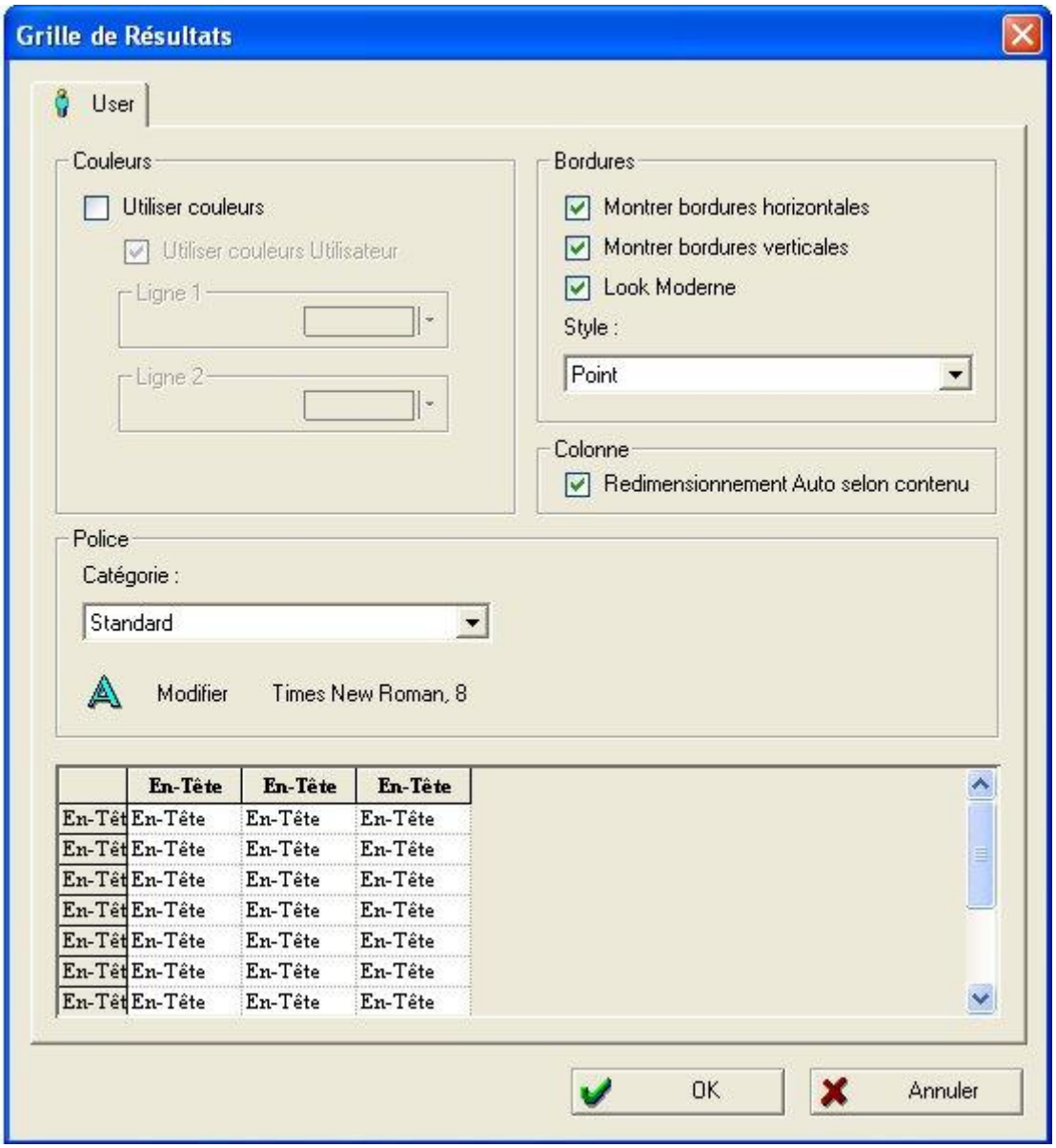
7.1. Grille de Résultats



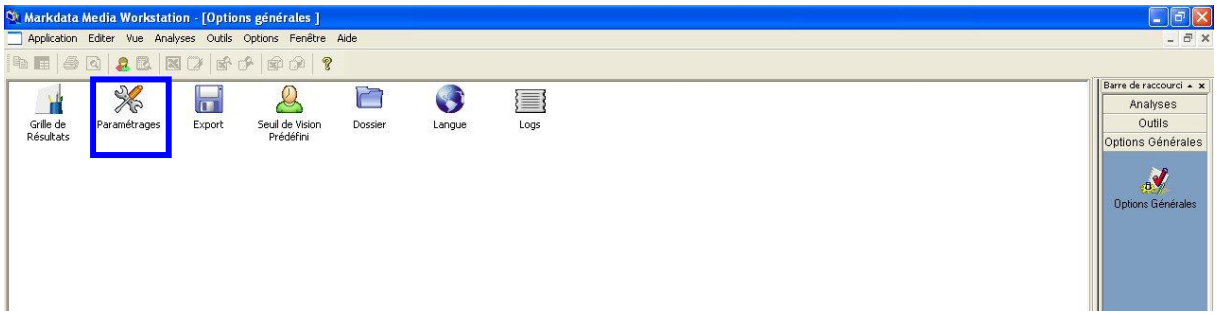
Cette option permet de paramétrer les grilles de résultats obtenues (tableaux de résultats).
- Police de caractères
- Taille des caractères
- Bordures

…

Copyright Médiamétrie

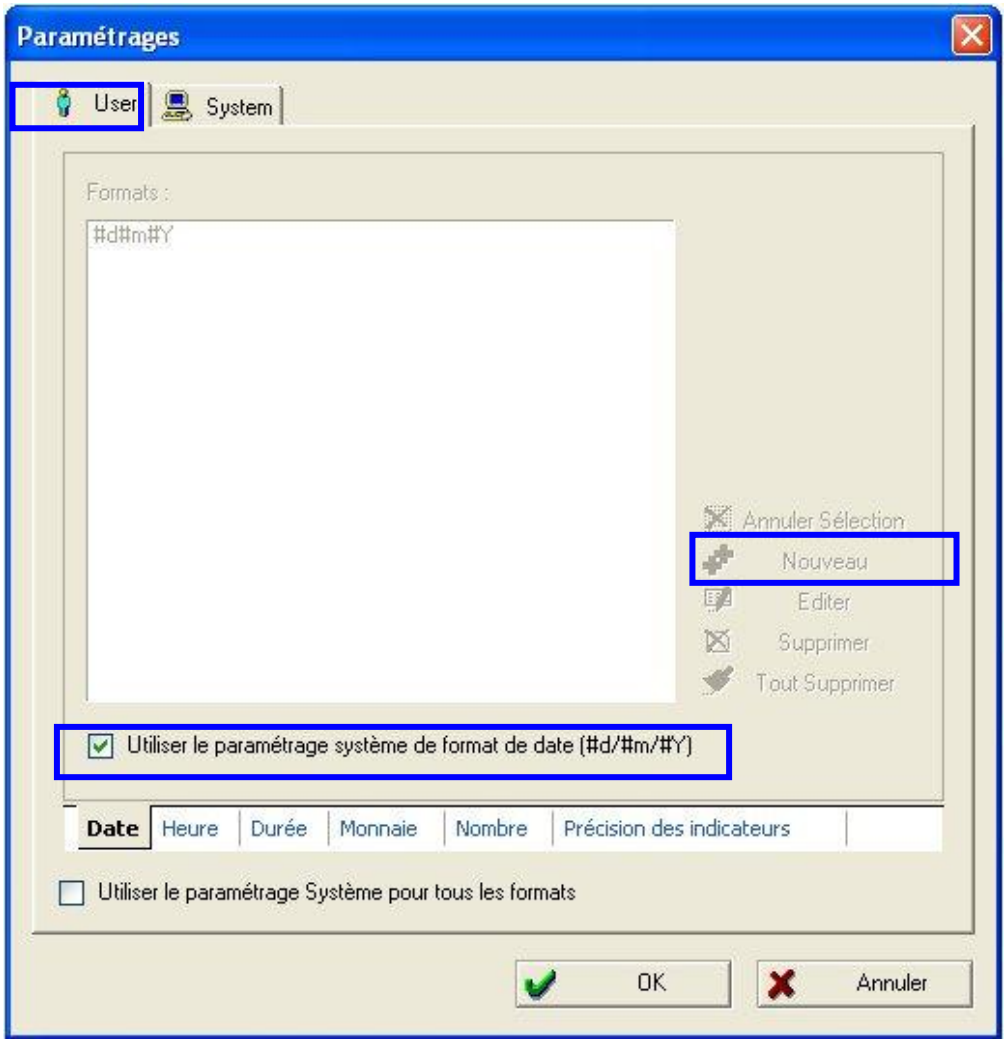


7.2. Paramétrages



Cette option permet de paramétrer les formats des valeurs affichées dans les tableaux de résultats.
- Date
- Heure
- Durée
…

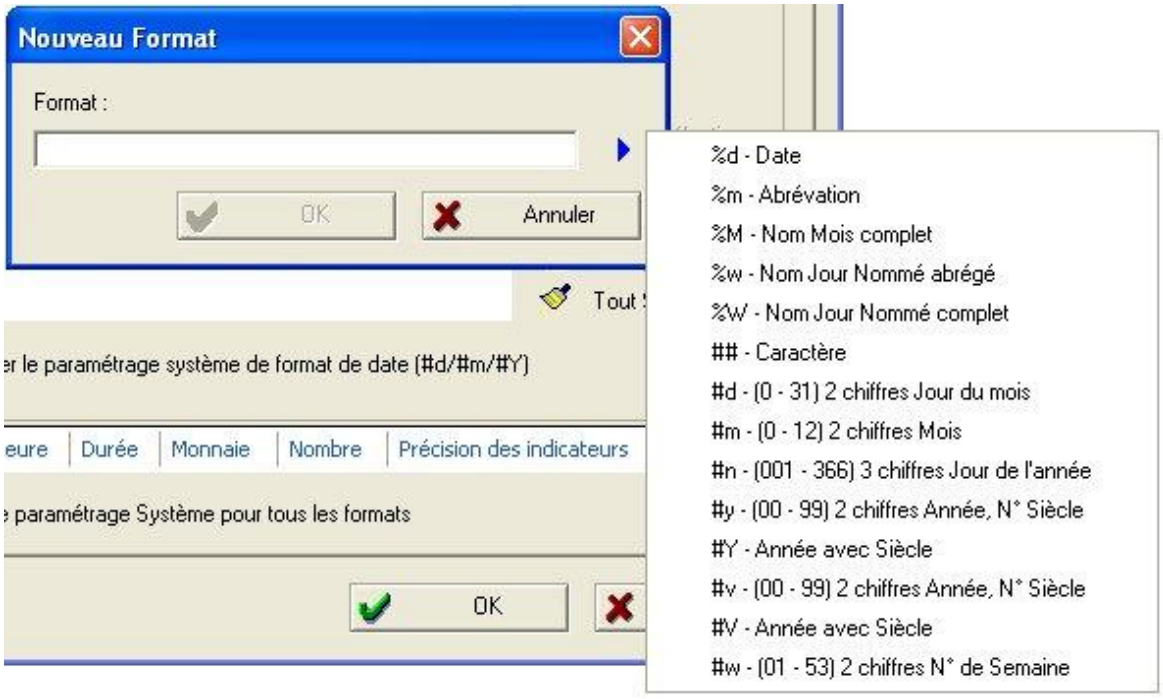
Copyright Médiamétrie



Par défaut, Médiamétrie a paramétré des valeurs par défaut modifiables par l'utilisateur. Pour cela, décocher la case "**Utiliser le paramétrage système de format de….**" Et cliquer sur "**Nouveau**" (Onglet "**User**").

La fenêtre suivante apparaît :

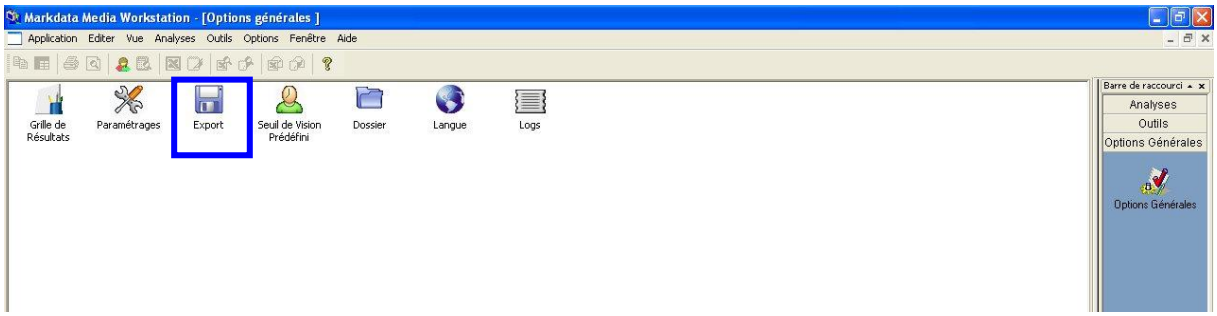
Copyright Médiamétrie


Nouveau Format
Format :
OK
Annuler
Tout
le paramétrage système de format de date (#d/#m/#Y)
eure
Durée
Monnaie
Nombre
Précision des indicateurs
paramétrage Système pour tous les formats
OK
%d - Date
%m - Abrévation
%M - Nom Mois complet
%w - Nom Jour Nommé abrégé
%W - Nom Jour Nommé complet
- Caractère
#d - (0 - 31) 2 chiffres Jour du mois
#m - (0 - 12) 2 chiffres Mois
#n - (001 - 366) 3 chiffres Jour de l'année
#y - (00 - 99) 2 chiffres Année, N° Siècle
#Y - Année avec Siècle
#v - (00 - 99) 2 chiffres Année, N° Siècle
#V - Année avec Siècle
#w - (01 - 53) 2 chiffres N° de Semaine

=> Cliquer sur la flèche bleue et choisir alors les alias souhaités dans la liste proposée.

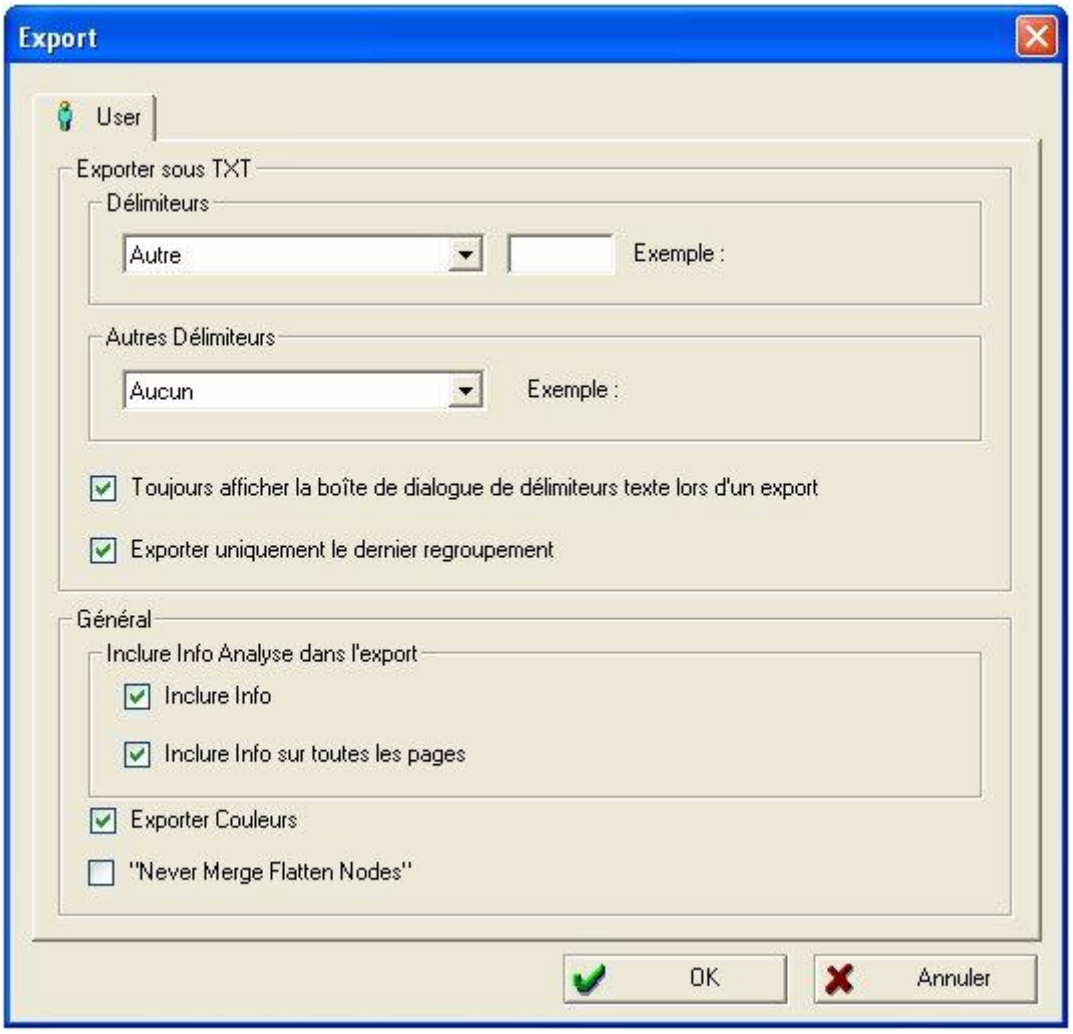
A NOTER
L'onglet "Précision des indicateurs" est non modifiable par un utilisateur. Par convention, les indicateurs d'audiences disponibles proposent une décimale après la virgule.

7.3. Export

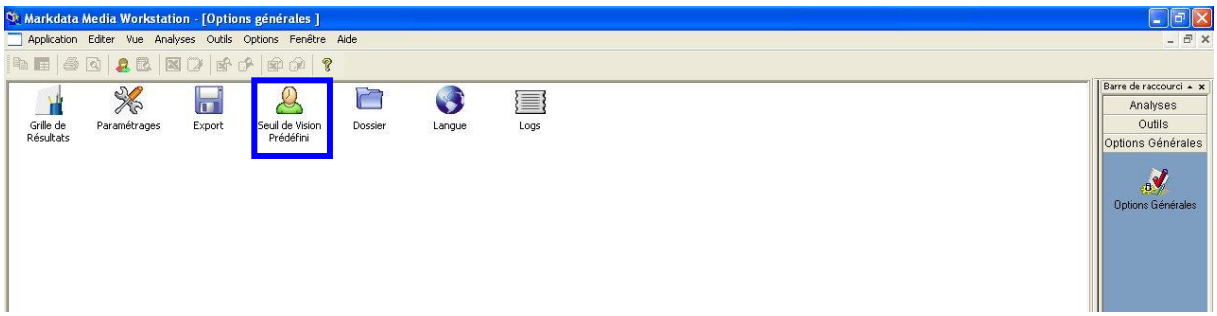


Cette option permet de paramétrer les exports Excel et Texte.

Copyright Médiamétrie

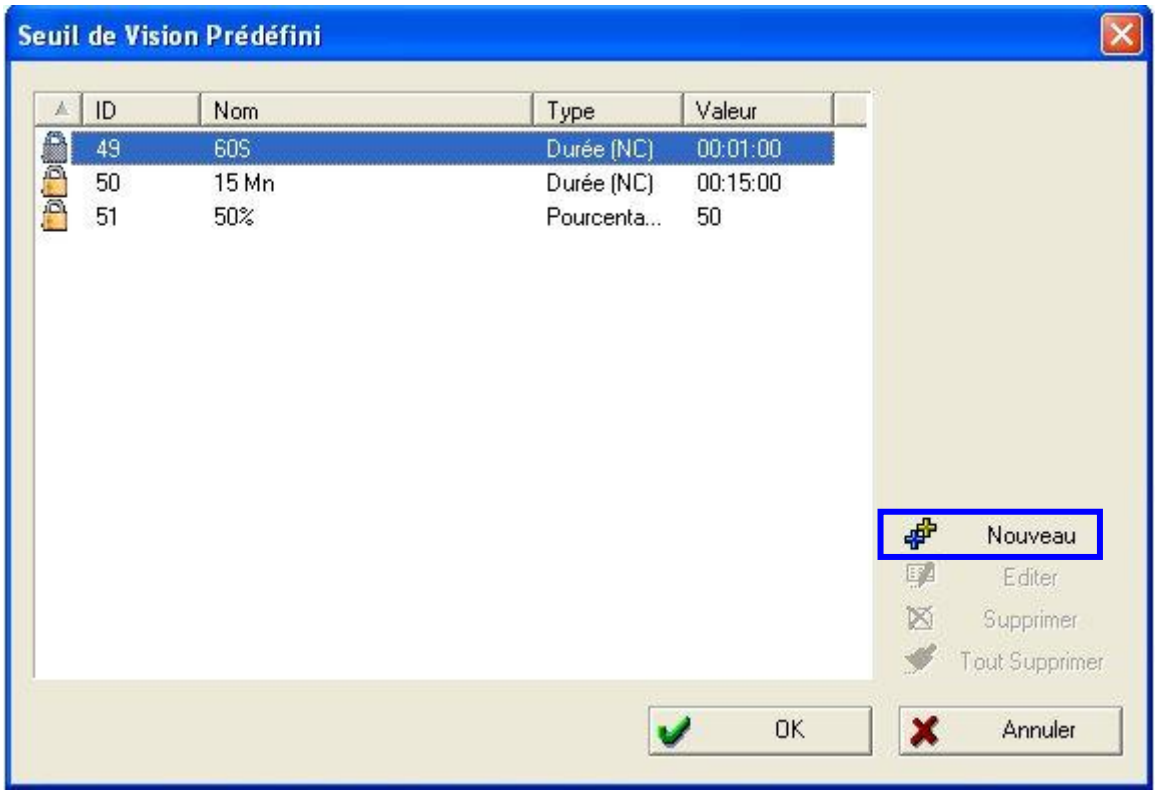


7.4. Seuil de Vision Prédéfini



Cette option permet de créer des seuils de vision prédéfinis disponibles au niveau des analyses standard :
- Table de Diffusion
- Minute à Minute
- Tranches Horaires
- Structure d'Auditoire
- Concurrence Frontale

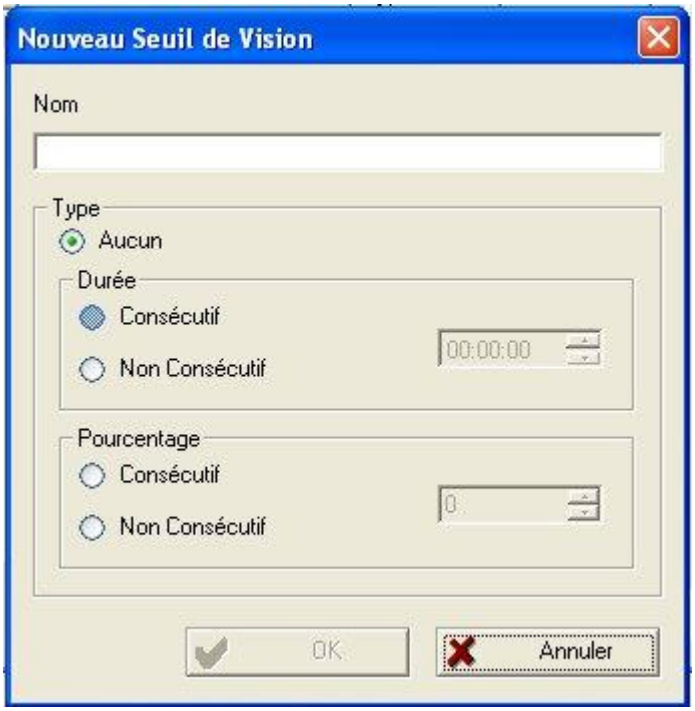
Copyright Médiamétrie



Médiamétrie a créé plusieurs seuils de vision prédéfinis non modifiables et non supprimables par un utilisateur.

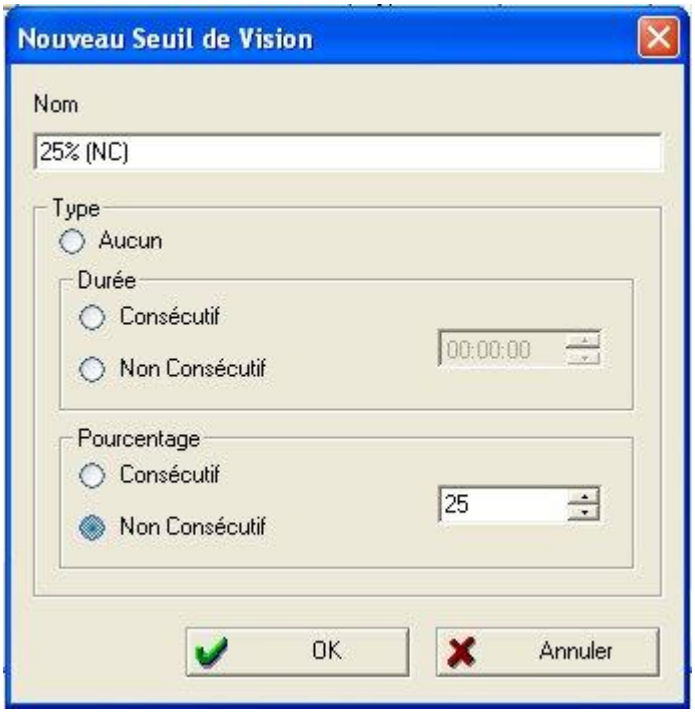
- 1S 1 seconde
- 10S(C) 10 secondes Consécutives (C)
- 60S 60 secondes Non Consécutives (NC)
- 15Mn 15 Minutes Non Consécutives (NC)
- 50% 50% de la durée de l'événement Non Consécutif (NC)

Pour créer un seuil de vision prédéfini, cliquer sur "**Nouveau**" pour créer un nouveau seuil de vision prédéfini. La fenêtre suivante apparaît :

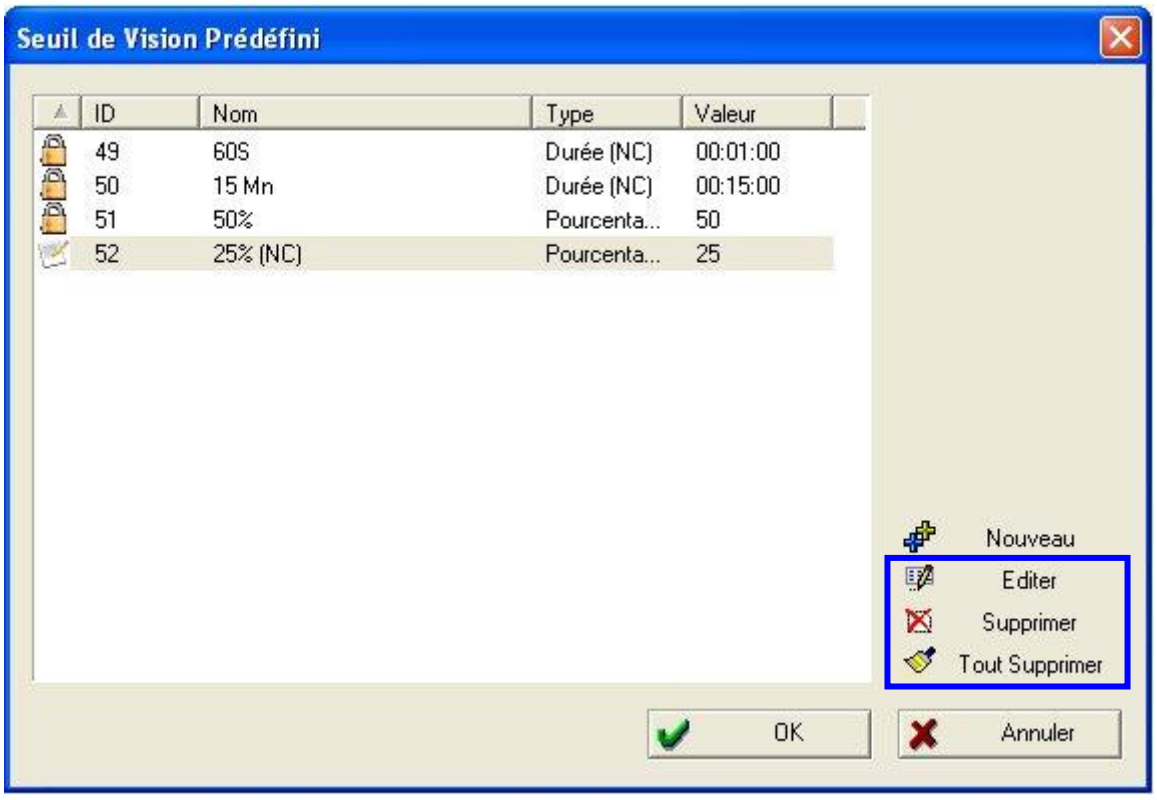


Copyright Médiamétrie

Ex :
Création d'un seuil de vision prédéfini de 25% non consécutif



Puis cliquer sur "**OK**".



=> Ce nouveau seuil de vision prédéfini apparaîtra désormais dans la liste de choix "Seuil de Vision".
- Sous-Axe "Filtre de Base" (Table de Diffusion ; Minute à Minute ; Tranches Horaires)
- Axe "Paramètres" (Onglets "STA" (Structure d'Auditoire") et "CF" '(Concurrence Frontale).

Copyright Médiamétrie

Les seuils de vision prédéfinis ainsi créés peuvent être modifiés ("**Editer**"), supprimer un à un ("**Supprimer**") ou bien tous supprimés ("**Tout Supprimer**").

RAPPEL
Les seuils de vision s'appliquent aux seuls indicateurs :
- TC% (Taux Cumulé)
- Ass% (Assiduité)
- DET (Durée d'Ecoute Téléspectateur)
- STA_TC (Structure d'Auditoire sur TC)

8. Les enregistrements

Il existe trois types d'enregistrement :

- L'enregistrement d'une analyse (Tous paramétrages confondus)
- L'enregistrement d'une maquette (Axes Dates/Disposition/Filtre)
- L'enregistrement d'un favori (Sous-axes Filtre)

TYPE ANALYSE	ANALYSE	AXE	SOUS-AXE	TYPE ENREGISTREMENT		
				ANALYSES	MAQUETTES	FAVORIS
ANALYSES STANDARD	TDI	DISPOSITION		X	X	
		FILTRE	Filtre de Base	X	X	X
			Conditions Min/Max			X
			Options Programme			X
			Par Genre			X
			par Nom			X
			Environnement			X
			Heure de Diffusion			X
			Tranches Horaires			X
			Durée			X
		DATES			X	
	MàM	DISPOSITION		X	X	
		FILTRE	Filtre de Base	X	X	X
			Conditions Min/Max			X
			Tranches Horaires			X
		DATES			X	
	TH	DISPOSITION		X	X	
		FILTRE	Filtre de Base	X	X	X
			Conditions Min/Max			X
			Groupes de TH			X
		DATES				
ANALYSES DE COMPORTEMENT	Toutes	REQUETE DE BASE		X	X	
		PARAMETRES				
		SEUIL DE VISION				
		DISPOSITION				

Copyright Médiamétrie

8.1. Enregistrement d'une analyse

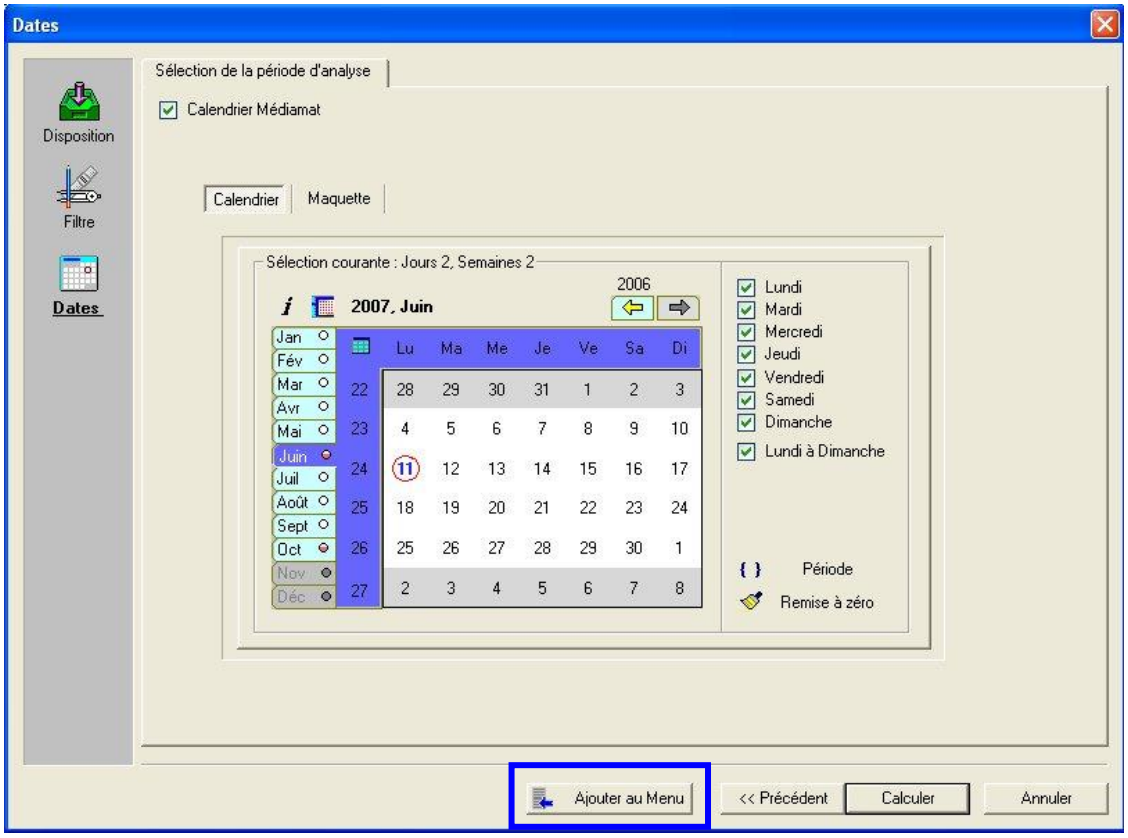
8.1.1. Enregistrement d'une analyse Standard

Il est possible d'enregistrer une analyse à partir de la sélection mais aussi à partir du tableau de résultats obtenu.

8.1.1.1. Enregistrement dans la barre horizontale de menu

> A partir de la sélection

L'option "**Ajouter au Menu**" est disponible au niveau de la fenêtre "Définition de la requête" et ce quel que soit l'axe affiché (Dates/Filtre/Disposition). Il s'agit du bouton "Ajouter au Menu" suivant :

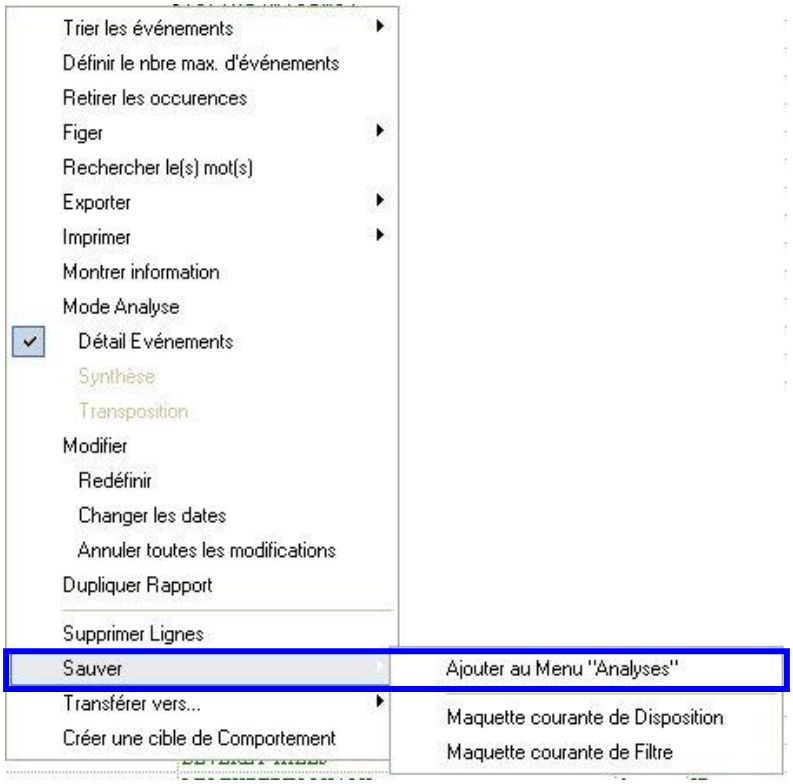


Il n'est donc pas nécessaire de lancer un calcul pour enregistrer l'ensemble des paramétrages d'une analyse.

> A partir du tableau de résultats

L'option "**Ajouter au Menu**" est également disponible au niveau du tableau de résultats

Copyright Médiamétrie



L'option "**Sauver > Ajouter au Menu "Analyses"** " permet d'enregistrer l'ensemble des paramétrages de l'analyse courante (enregistrement des 3 maquettes utilisées dans une analyse : Disposition / Filtre / Dates).

La sélection de cette option fait apparaître la fenêtre suivante :

Entrer un nom pour l'analyse en cours et cliquer sur "OK". Puis, fermer l'analyse.

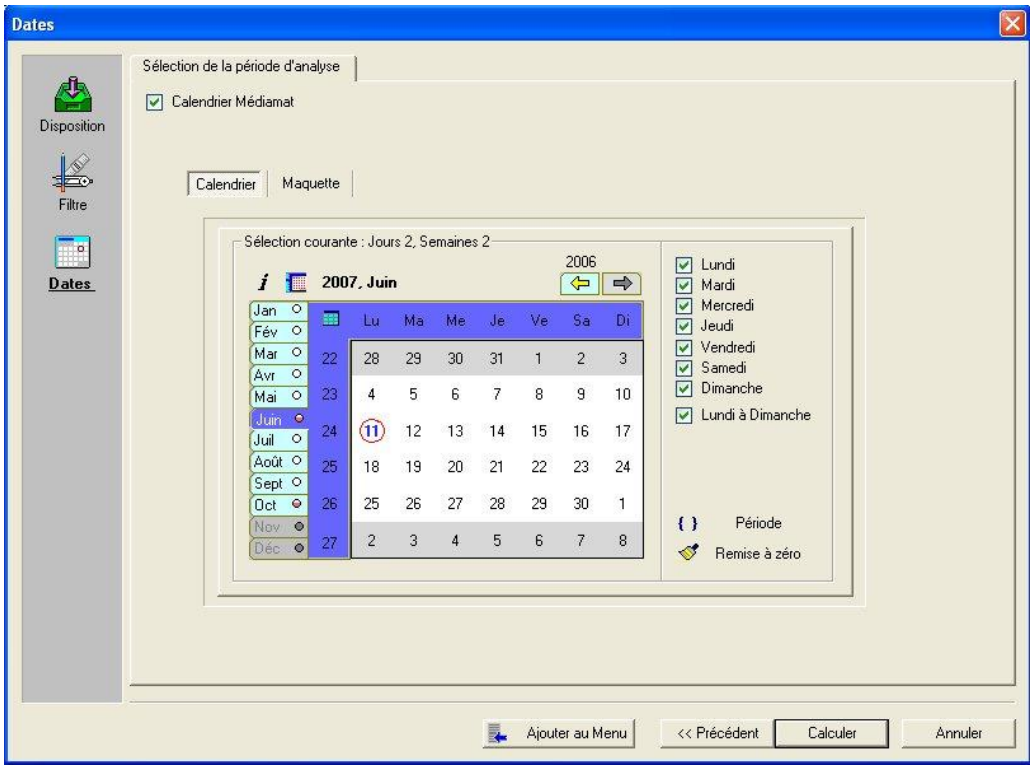
> Ouverture des analyses enregistrées via l'option « Ajouter au Menu »

Pour ouvrir une analyse enregistrée via l'option « **Ajouter au Menu** », sélectionner l'option "Analyses" de la barre horizontale de menu, puis l'option "Analyses Standard Utilisateur".

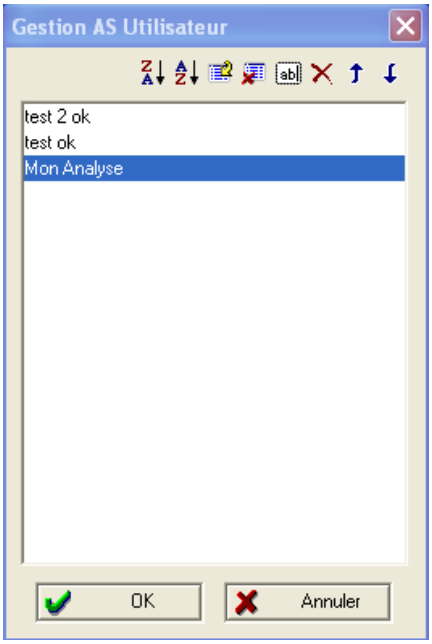
Copyright Médiamétrie

Les analyses enregistrées apparaissent alors dans ce menu. Dans cet exemple "Mon Analyse", sélectionner alors l'analyse enregistrée souhaitée, la fenêtre de sélection correspondant à cette analyse est alors automatiquement ouverte.

Il est alors possible de modifier le paramétrage appliqué lors de l'enregistrement ou bien de relancer l'analyse avec les paramètres initiaux (clic sur le bouton "**Calculer**").



De plus, il est possible de gérer la liste des analyses enregistrées dans ce menu (supprimer une analyse enregistrée par exemple). Pour cela, sélectionner l'option « Gestion AS Utilisateur ». La fenêtre suivante apparaît :

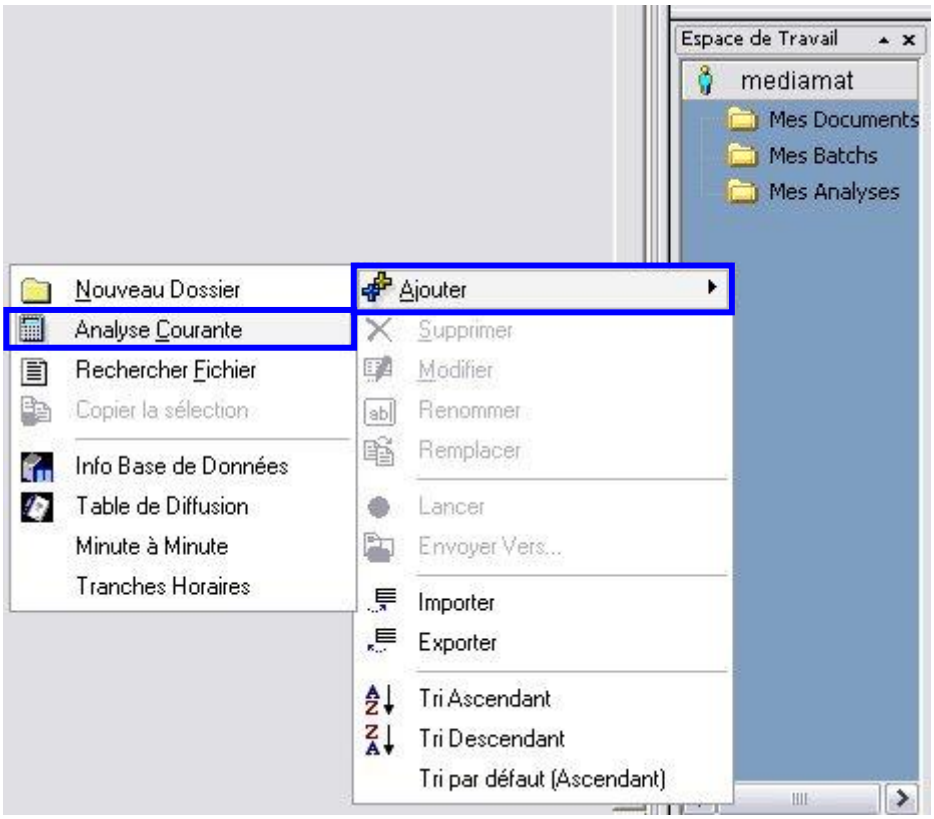


Copyright Médiamétrie

Vous pouvez alors gérer vos analyses enregistrées. Ci-après, le détail des options proposées (de gauche à droite) :
- Trier par ordre alphabétique décroissant
- Trier par ordre alphabétique croissant
- Tout sélectionner
- Tout désélectionner
- Renommer une analyse (pour que cette option soit active sélectionner une analyse)
- Supprimer une analyse (pour que cette option soit active sélectionner une analyse)
- Déplacer une analyse vers le haut (pour que cette option soit active sélectionner une analyse)
- Déplacer une analyse vers le bas (pour que cette option soit active sélectionner une analyse)

8.1.1.2. Enregistrement dans l'Espace de Travail

Pour enregistrer une analyse au niveau de l'espace de travail, il est nécessaire d'obtenir un tableau de résultats.
Lorsque le tableau de résultats est obtenu, effectuer un clic droit au niveau de la zone « **Espace de Travail** ».

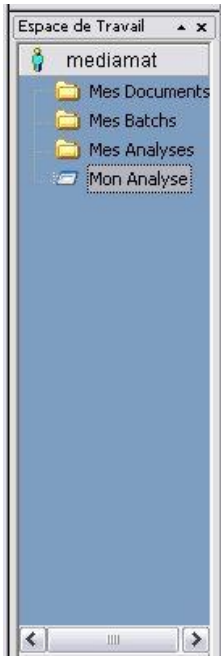


En sélectionnant, l'option « **Analyse Courante** », la fenêtre suivante apparaît :

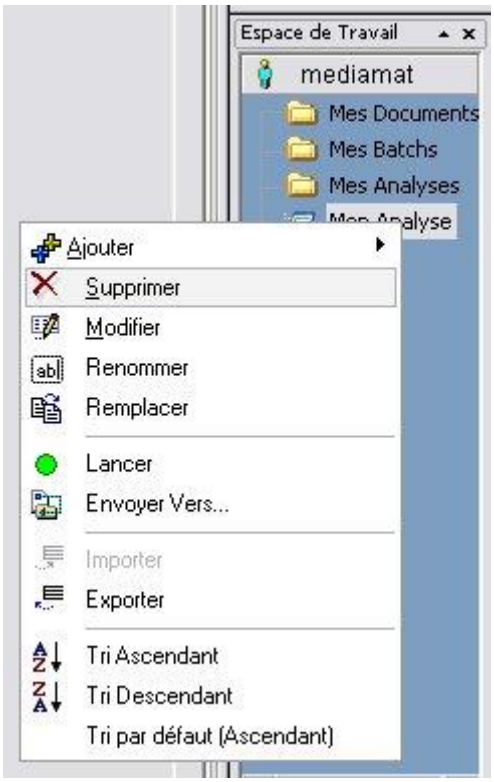
Entrer alors un nom pour cette analyse et cliquer sur « **OK** ».

Copyright Médiamétrie

Les analyses standard sont caractérisées par l'icône

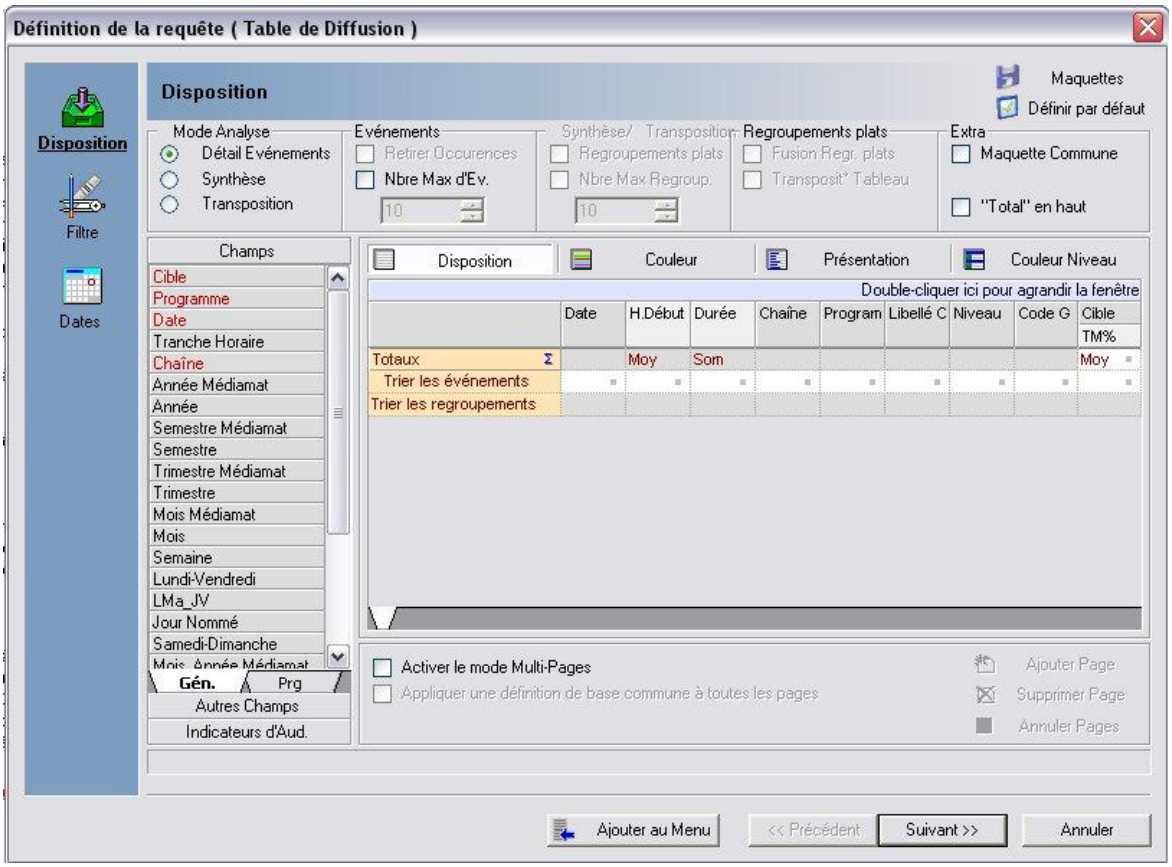


> Pour **supprimer, renommer ou modifier une analyse enregistrée**, sélectionner cette analyse dans l'espace de travail et effectuer un clic droit, le menu suivant apparaît :



L'option « **Modifier** » permet de modifier un ou plusieurs paramètres de l'analyse sans pour autant relancer le calcul.

Copyright Médiamétrie



En sélectionnant cette option, la fenêtre « Définition de la requête » apparaît, il est possible de modifier le paramétrage. Pour confirmer les modifications apportées, cliquer sur « Suivant » puis sur « **Calculer** », la fenêtre « **Définition de la requête** » se ferme, les modifications apportées sont enregistrées.

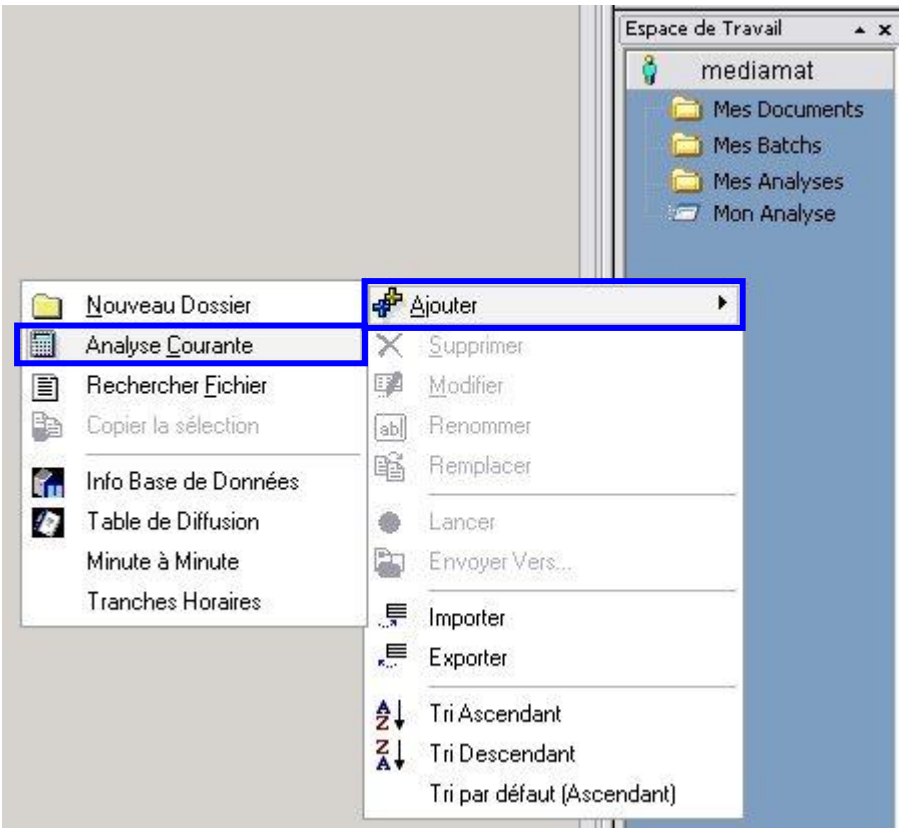
> Pour ouvrir une analyse standard enregistrée via l'option « **Ajouter à l'espace de travail** », double-cliquer sur le nom de l'analyse enregistrée dans l'espace de travail.

Lorsqu'un utilisateur ouvre une analyse standard enregistrée et ce quel que soit le mode d'enregistrement utilisé (Barre de menu ou Espace de travail), la fenêtre « **Définition de la requête** » s'ouvre automatiquement.
Par défaut, l'application *MMW* propose de modifier la période d'analyse. Il est également possible de modifier les autres axes « Filtres » et « Disposition » définis lors de l'enregistrement.

8.1.2. Enregistrement d'une analyse « Autre Analyse »

Pour enregistrer une analyse « Autre Analyse » au niveau de l'espace de travail, il est nécessaire d'obtenir un tableau de résultats.
Lorsque le tableau de résultats est obtenu, effectuer un clic droit au niveau de la zone « Espace de travail ».

Copyright Médiamétrie



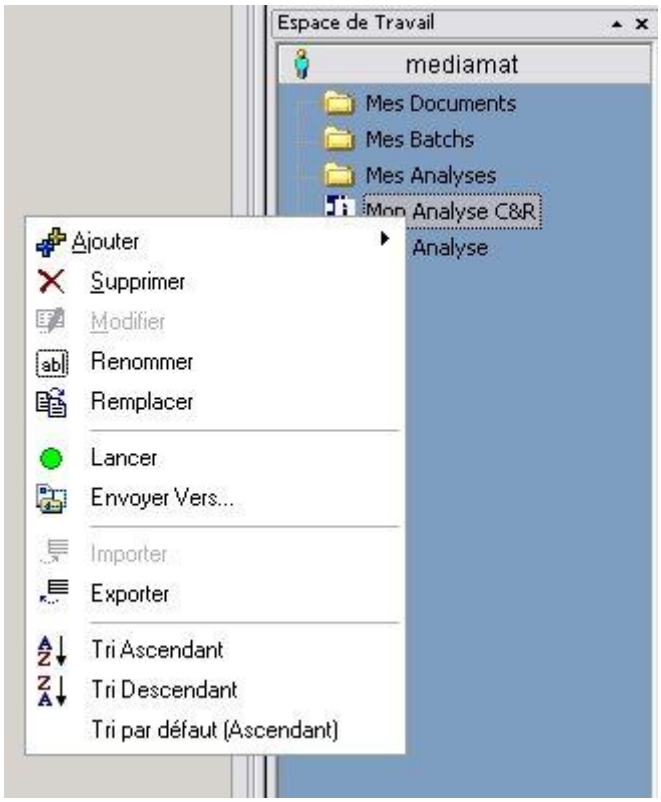
En sélectionnant, l'option « **Analyse Courante** », la fenêtre suivante apparaît :

Entrer alors un nom pour cette analyse et cliquer sur « **OK** ».

Les analyses « Autres Analyses » sont caractérisées par l'icône

Copyright Médiamétrie

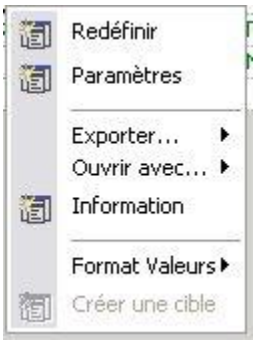
> Pour **supprimer ou renommer une analyse « Autre Analyse » enregistrée**, sélectionner cette analyse dans l'espace de travail et effectuer un clic droit, le menu suivant apparaît :



> Pour **ouvrir une analyse « Autre Analyse » enregistrée**, double-cliquer sur le nom de l'analyse dans l'espace de travail.

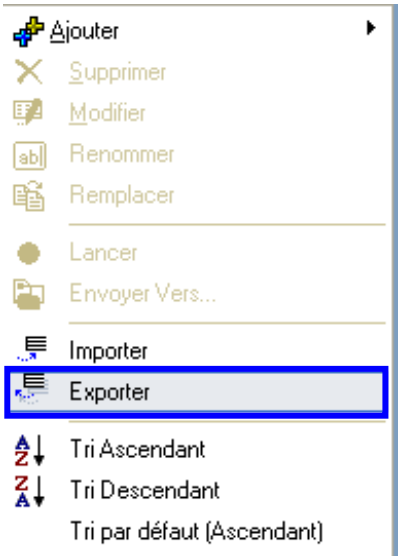
Copyright Médiamétrie

Lorsqu'un utilisateur ouvre une analyse « Autre Analyse » enregistrée, le calcul de l'analyse est automatiquement lancé sans possibilité de modification au préalable. Pour modifier les paramétrages d'une analyse « Autres Analyses » (Autres Analyses Standard et Analyses de Comportement), effectuer un clic droit au niveau du tableau de résultats et sélectionner les options « Redéfinir » ou « Paramètres ».



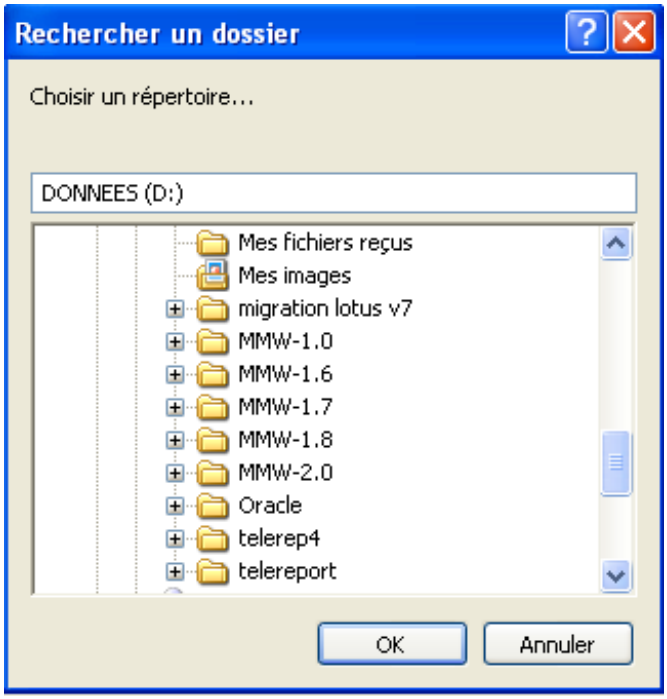
Option « Exporter »

Les analyses enregistrées en local sur chacun des PC peuvent également être copiées dans un répertoire spécifique. Cette option permet donc de partager les analyses enregistrées en mode réseau.
Pour copier une analyse enregistrée dans un répertoire spécifique de son choix, sélectionner l'analyse enregistrée au niveau de l' « **Espace de Travail** » puis effectuer un clic droit, le menu suivant apparaît :

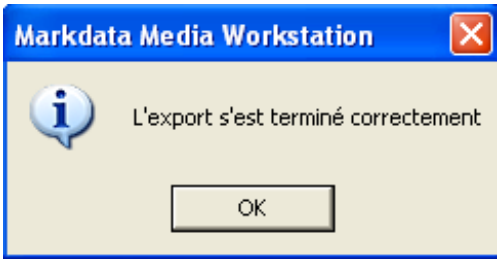


Sélectionner l'option « **Exporter** ». La fenêtre suivante apparaît :

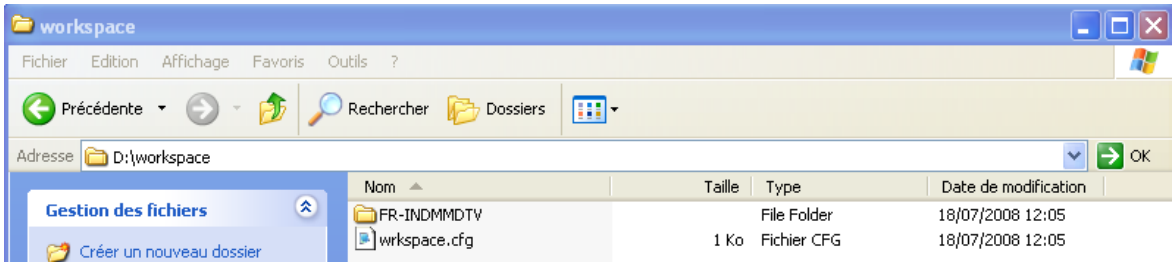
Copyright Médiamétrie



Sélectionner le répertoire dans lequel le répertoire « Workspace » (Espace de Travail) sera enregistré. Puis cliquer sur « **OK** ». La fenêtre suivante apparaît. Cliquer à nouveau sur « **OK** ».



Le répertoire « Workspace » a été copié, il se compose d'un fichier de paramétrage « wrkspace.cfg » et d'un répertoire nommé selon la base de donnée utilisée lors de l'export (ici MMDTV).



Le répertoire « FR-IND… » contient toutes les analyses enregistrées (format .MTP) ainsi que le répertoire « templates » contenant toutes les maquettes de filtre de base, de disposition… utilisées pour l'enregistrement de la maquette.

Copyright Médiamétrie

Ci-après, le récapitulatif des différents formats de maquettes proposés dans *MMW* :

ANALYSE	FORMAT	MAQUETTE
Table de Diffusion Minute à Minute Tranche Horaire	.mmf	Filtre de base
	.mml	Disposition
Profil de Cible	.dem	Variable
	.flt	Cible
	.lay	Disposition
Autres Analyses Standard Analyses de Comportement	.evt	Liste des événements (Tranche Horaire / Programme)
	.iaq	Requête de Base
	.ias	Paramètres
	.iat	Seuil de Vision
	.lay	Disposition

Pour copier de nouvelles analyses enregistrées dans ce même répertoire « Workspace », il suffit de sélectionner une analyse et d'appliquer la procédure décrite ci-dessus.

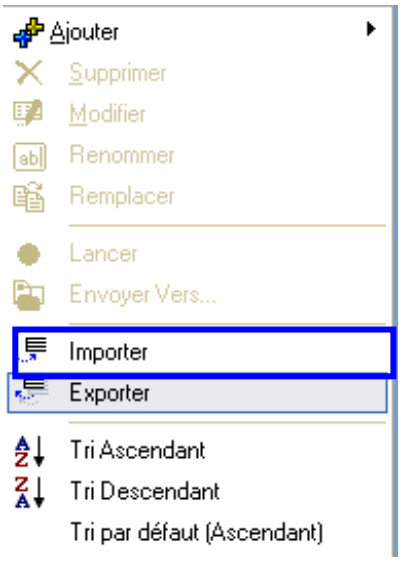
IMP
Pour copier une analyse, il est nécessaire de sélectionner le dossier qui se trouve au-dessus du répertoire « Workspace » au niveau de l'arborescence (ici (D :)). L'analyse (.MTP) ainsi que les maquettes correspondantes seront ainsi correctement copiées.

A NOTER
Il est possible de copier l'intégralité de l'espace de travail, pour cela ne sélectionner aucune analyse, effectuer simplement un clic droit au niveau de l' « **Espace de Travail** » et sélectionner l'option « **Exporter** ». Toutes les analyses enregistrées au niveau de l' « Espace de travail » sont alors copiées dans le répertoire « Workspace ».

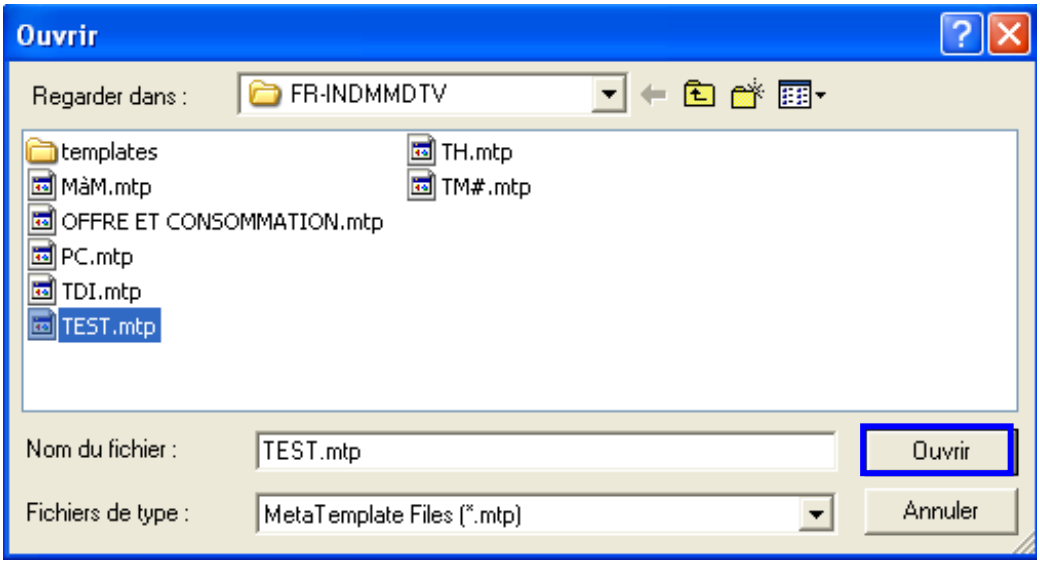
Option « Importer »

Les analyses enregistrées sur le réseau peuvent être également copiées en local dans l' « **Espace de Travail** ».
Pour copier une analyse enregistrée au niveau du réseau dans l' « Espace de Travail », effectuer un clic droit au niveau de l' « **Espace de Travail** », puis sélectionner l'option « **Importer** ».

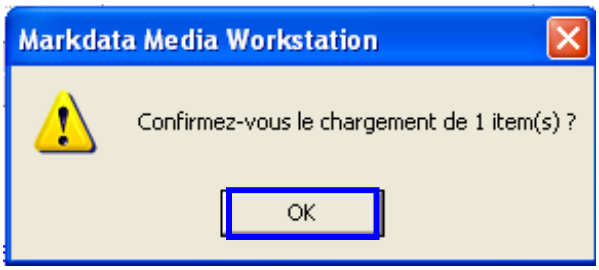
Copyright Médiamétrie



La fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner l'analyse à importer et cliquer sur le bouton « **Ouvrir** ». La fenêtre suivante apparaît :



Cliquer sur « **OK** » pour confirmer l'import de l'analyse. L'analyse apparaît alors dans l' « **Espace de Travail** ».

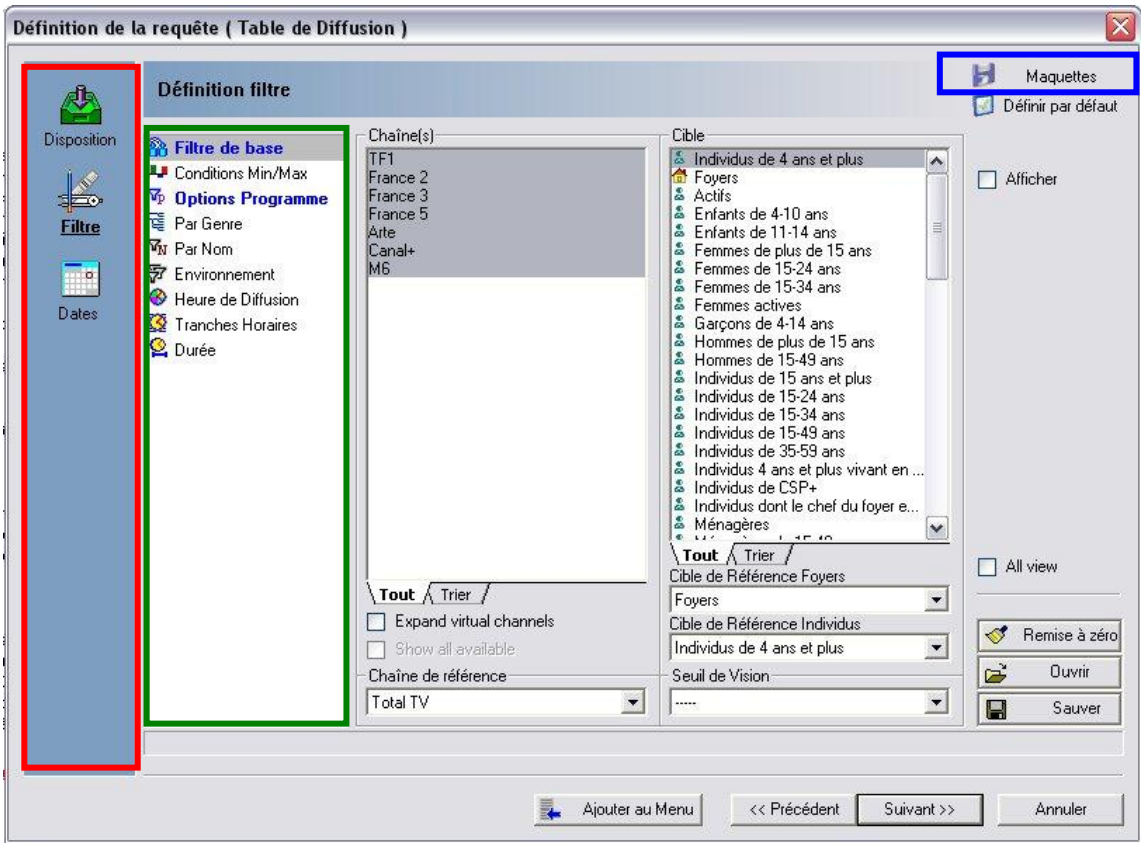
Copyright Médiamétrie

8.2. Enregistrement d'une maquette

8.2.1. Maquette d'une analyse Standard

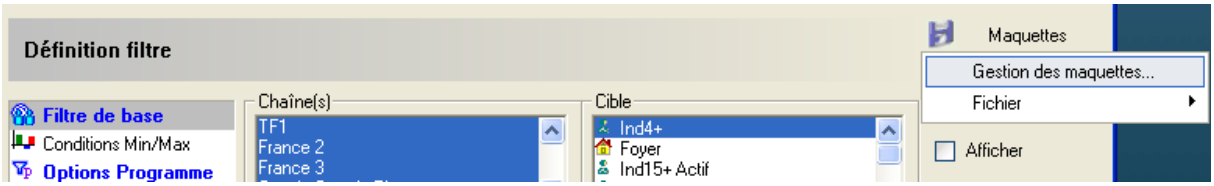
Les analyses standard proposent trois axes de paramétrage : Filtre, Disposition et Dates. Pour chacun d'eux, il est possible d'enregistrer des maquettes.

Pour cela, paramétrer l'axe souhaité (Disposition / Filtre / Dates) et cliquer sur le bouton « **Maquettes** » de cet axe.



Deux modes d'enregistrement de maquettes sont alors proposés :

Mode 1 > « Gestion des maquettes… » :



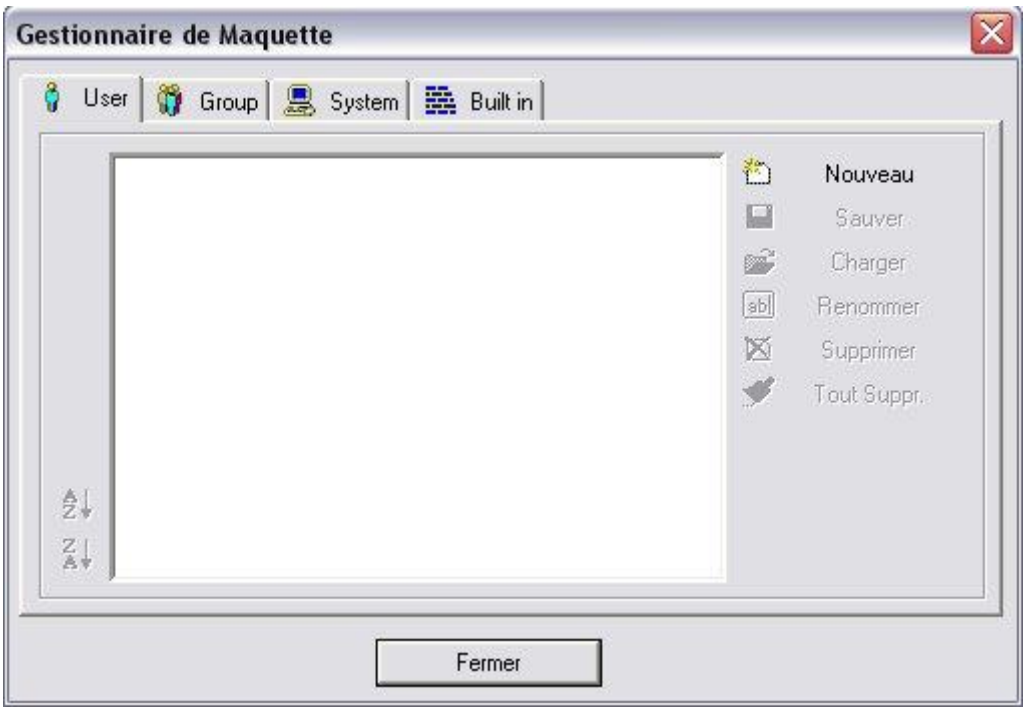
Cette option propose d'enregistrer des maquettes en mode local sur votre PC. En choisissant cette option, vous n'aurez pas la possibilité de sélectionner par vous-même le répertoire dans lequel vous souhaitez enregistrer vos maquettes. Toutes les maquettes enregistrées seront automatiquement placées dans un répertoire spécifique de l'application *MMW*.

Dans cet exemple, une maquette de Filtres est créée. Cette maquette reprendra tous les filtres appliqués dans cet axe et ce tout sous-axe confondu.

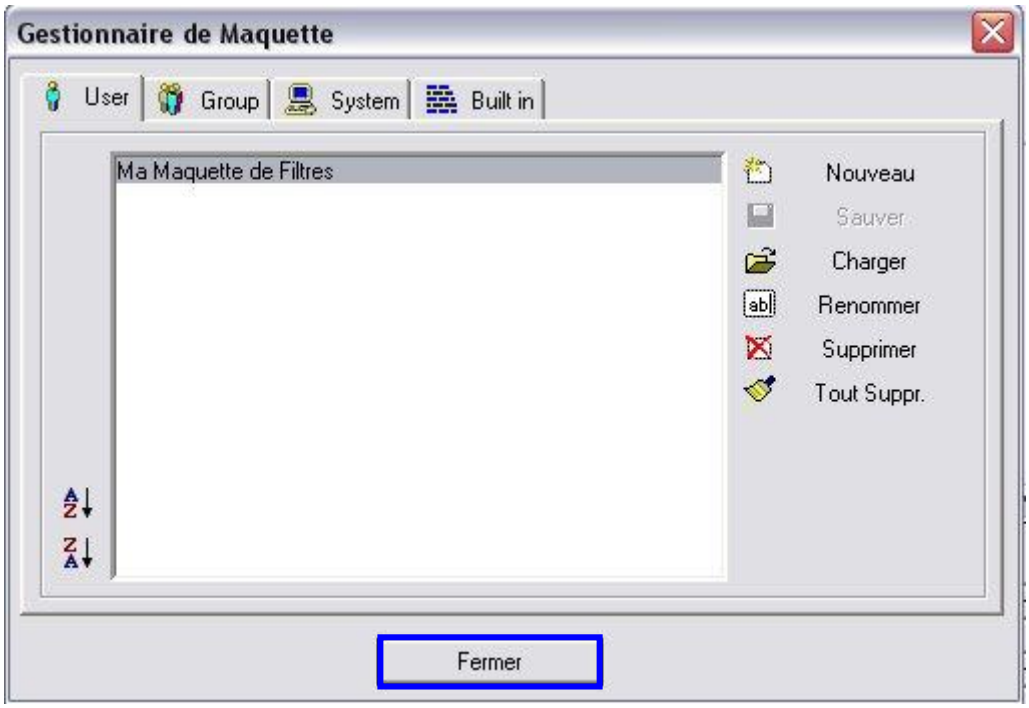
Copyright Médiamétrie

❶ **Axes**
❷ **Sous-axes**

La fenêtre suivante apparaît :

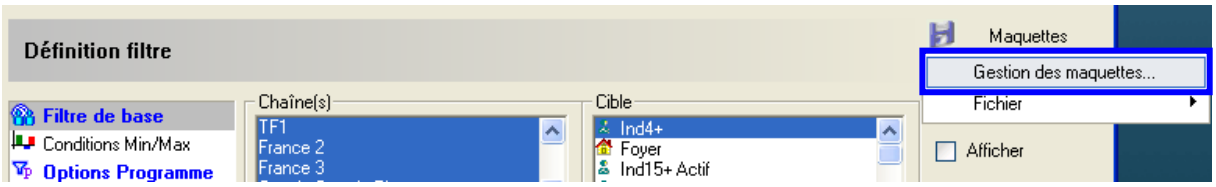


Entrer alors un nom pour cette maquette, ici "Ma Maquette de Filtres" puis cliquer sur "**Fermer**".

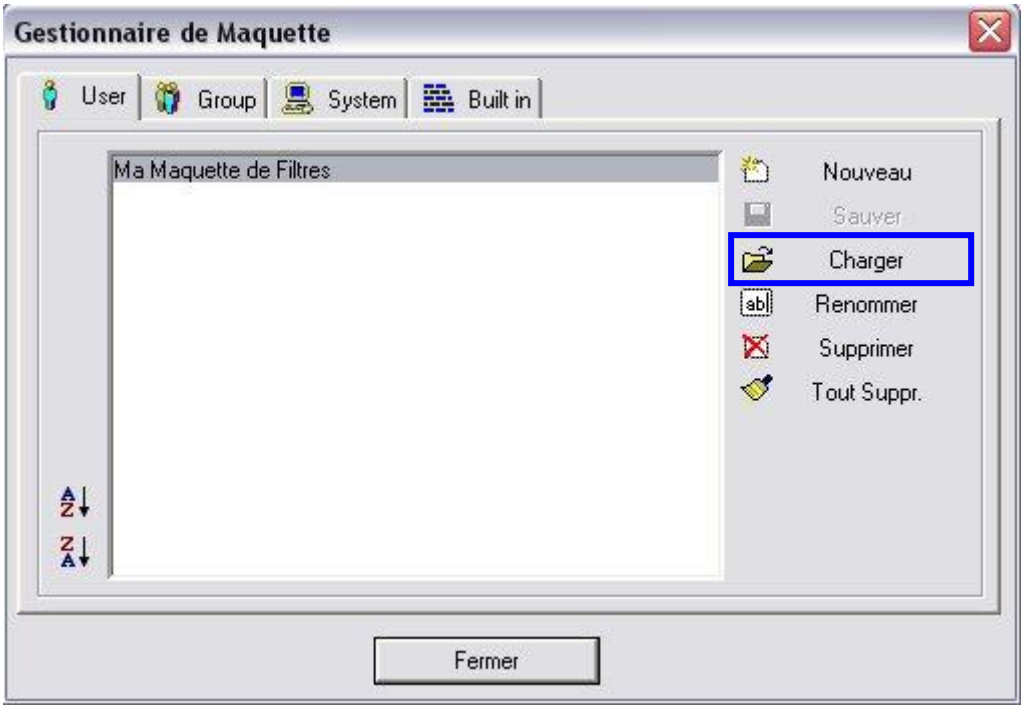


La maquette de filtre utilisée dans l'analyse en cours est alors enregistrée.
Pour réutiliser ultérieurement cette maquette de filtre à partir du module de sélection « Filtre ».
Cliquer sur le bouton "**Maquettes**". Puis sélectionner l'option « **Gestion des maquettes…** »

Copyright Médiamétrie



La fenêtre suivante apparaît :

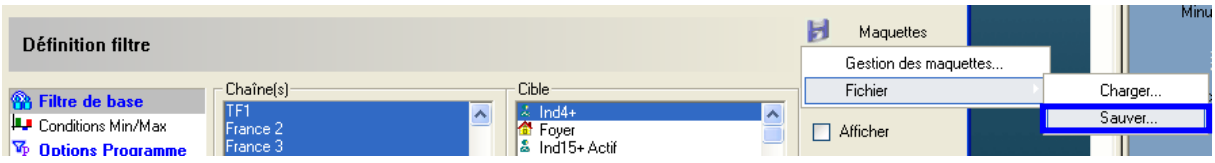


Il suffit alors de sélectionner la maquette souhaitée et de cliquer sur le bouton "**Charger**".
Les filtres définis lors de l'enregistrement de cette maquette sont aussitôt appliqués dans cette nouvelle analyse.

Mode 2 > « Fichier » :

Cette option propose d'enregistrer des maquettes en mode réseau depuis votre PC. En choisissant cette option, vous aurez pas la possibilité de sélectionner par vous-même le répertoire dans lequel vous souhaitez enregistrer vos maquettes et ainsi partager vos maquettes avec d'autres utilisateurs.

Pour sauver une maquette en mode réseau, cliquez sur l'option « **Sauver…** »

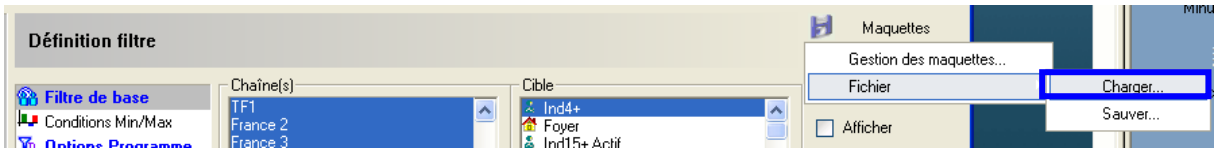


Copyright Médiamétrie

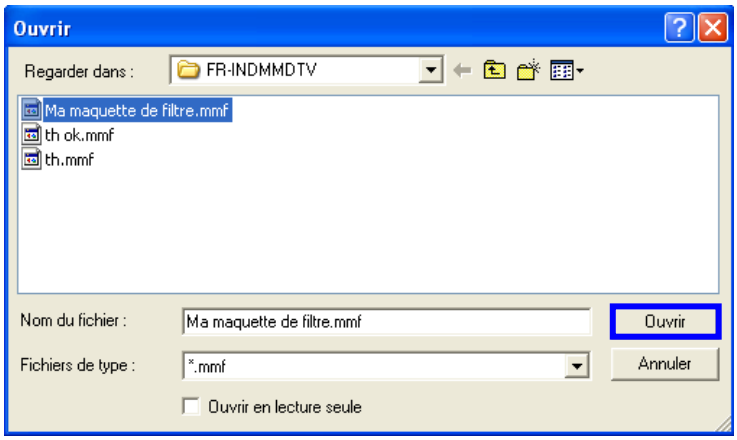
La fenêtre suivante apparaît :

Donner un nom à cette maquette, sélectionner le répertoire dans lequel vous souhaitez l'enregistrer puis cliquer sur le bouton « **Enregistrer** ».

Pour ouvrir une maquette enregistrée avec le mode « Fichier », cliquez sur l'option « **Charger…** »



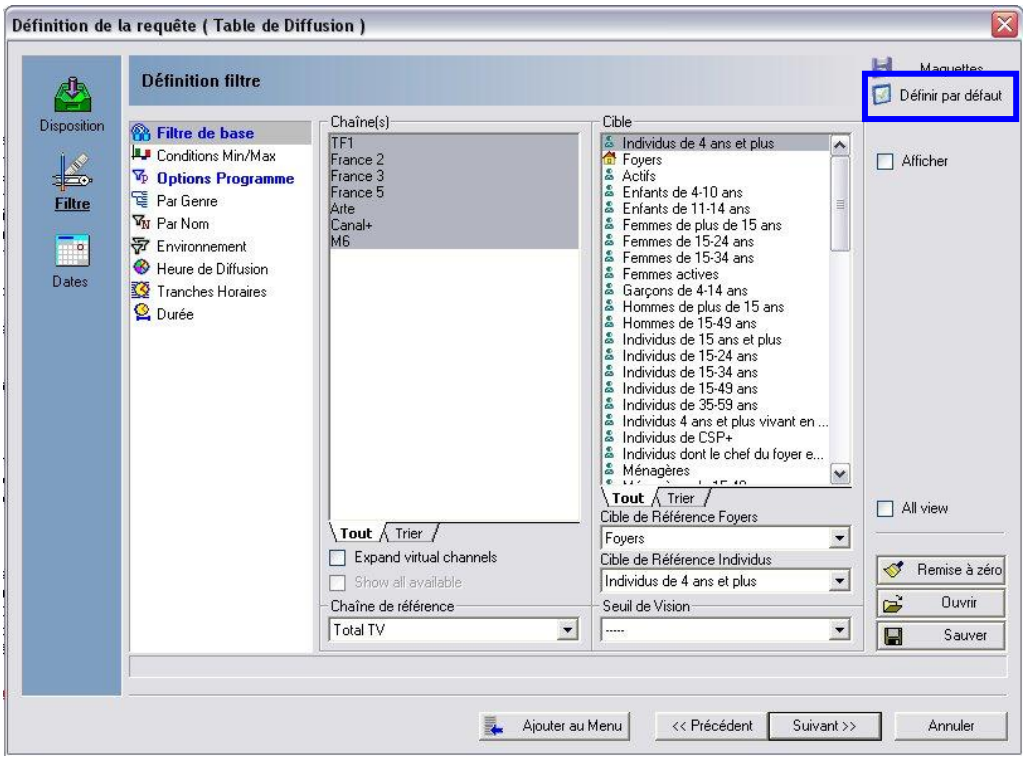
La fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner la maquette souhaitée et cliquer sur le bouton « **Ouvrir** ». La sélection correspondant à cette maquette sera alors automatiquement appliquée.

Il est possible d'appliquer les paramétrages d'une maquette par défaut. Pour cela, sélectionner la maquette souhaitée puis cliquer sur « **Définir par défaut** ».

Copyright Médiamétrie



Le menu suivant apparaît

Sélectionner l'option « **Sauver** ». La sélection sera désormais celle qui sera appliquée lors de l'ouverture de ce type d'analyse.

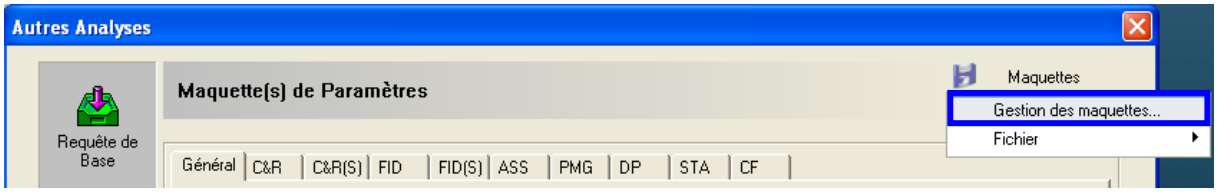
8.2.2. Maquette d'une analyse « Autres Analyses »

Les analyses « Autres Analyses » proposent quatre axes de paramétrage : Requête de Base, Paramètres, seuil de Vision et Disposition. Pour chacun d'eux, il est possible d'enregistrer des maquettes.
Comme pour les analyses standard, la maquette prendra en compte le paramétrage de l'ensemble de la fenêtre en cours.
Pour cela, paramétrer l'axe souhaité (Requête de Base, Paramètres, seuil de Vision et Disposition) et cliquer sur le bouton « **Nouveau** » de cet axe.

Comme pour les analyses standard, deux modes d'enregistrement de maquettes sont alors proposés :

Copyright Médiamétrie

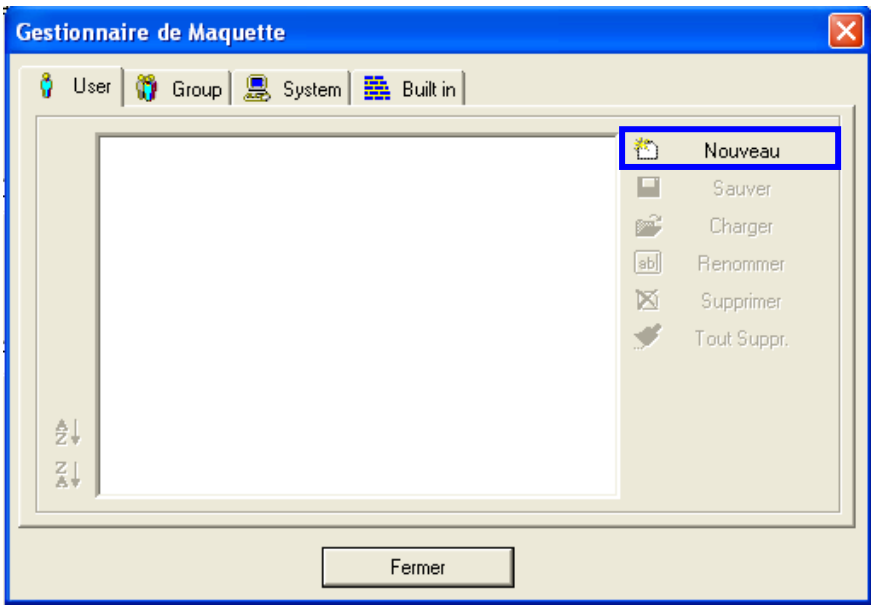
Mode 1 > « Gestion des maquettes… » :



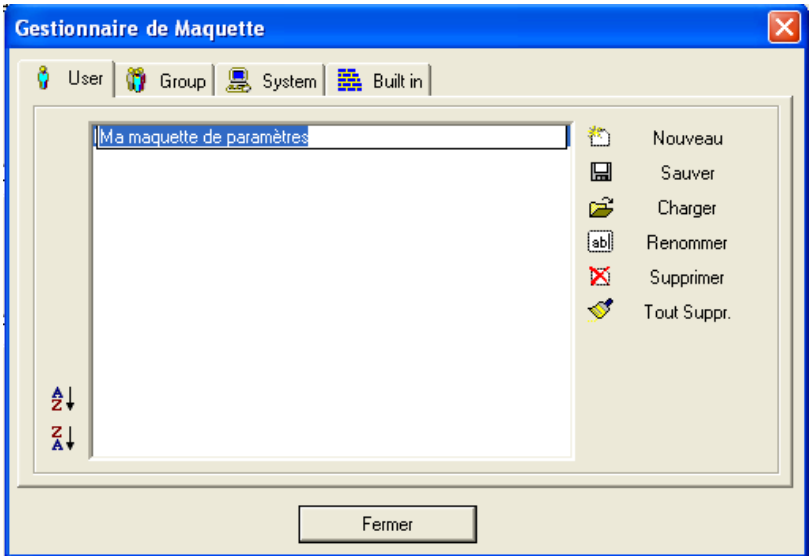
Cette option propose d'enregistrer des maquettes en mode local sur votre PC. En choisissant cette option, vous n'aurez pas la possibilité de sélectionner par vous-même le répertoire dans lequel vous souhaitez enregistrer vos maquettes. Toutes les maquettes enregistrées seront automatiquement placées dans un répertoire spécifique de l'application *MMW*.

Dans cet exemple, tous les onglets (Général, FID, ASS,…) de l'axe « Paramètres » seront enregistrés dans la maquette « Paramètres ».

En sélectionnant l'option « **Gestion des maquettes…** », la fenêtre suivante apparaît :

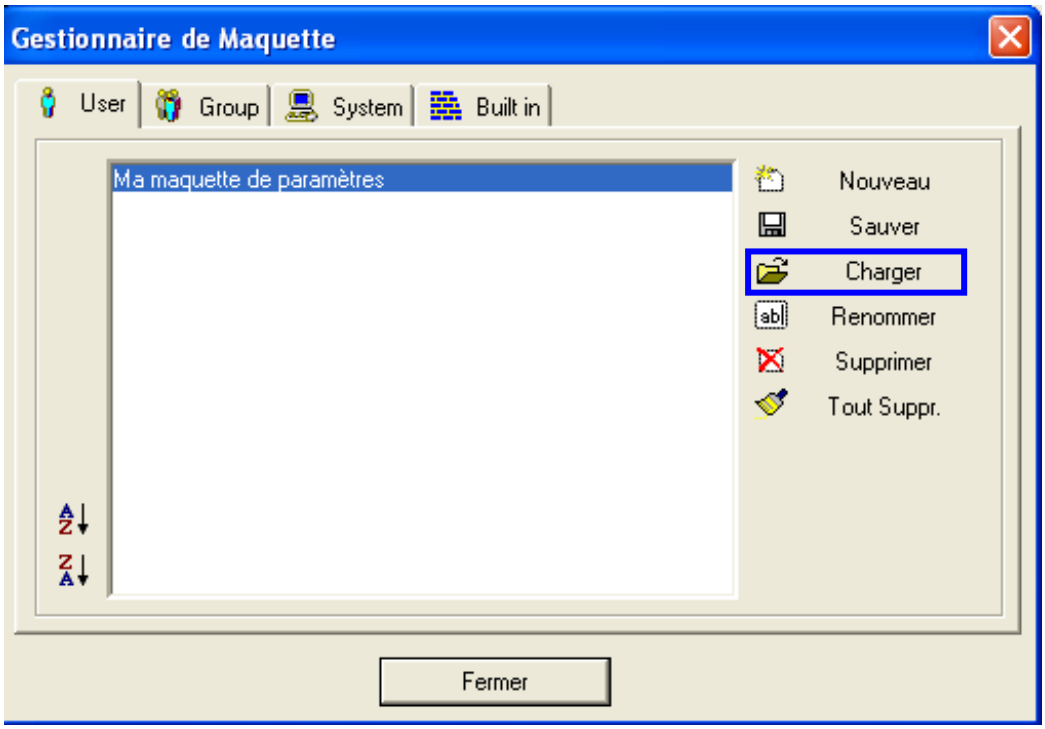


Cliquer sur le bouton « **Nouveau** » pour enregistrer votre maquette et entrer un libellé. Puis appliquer un clic gauche dans la fenêtre pour valider la création de cette nouvelle maquette.



Copyright Médiamétrie

La maquette de filtre utilisée dans l'analyse en cours est alors enregistrée.
Pour réutiliser ultérieurement cette maquette de paramètres à partir de l'axe de sélection « Paramètres ».
Cliquer sur le bouton "**Maquettes** ", puis sélectionner l'option « **Gestion des maquettes…** ».
La fenêtre suivante apparaît :

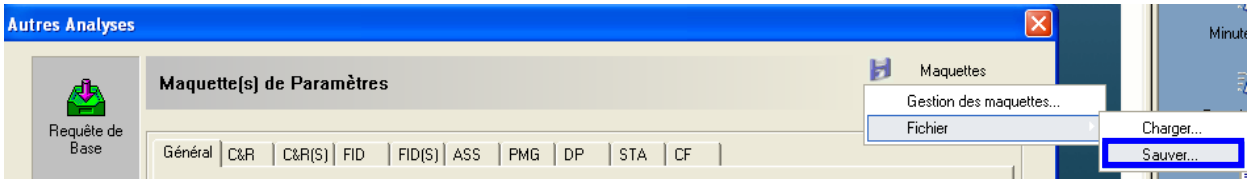


Il suffit alors de sélectionner la maquette souhaitée et de cliquer sur le bouton "**Charger**".
Les filtres définis lors de l'enregistrement de cette maquette sont aussitôt appliqués dans cette nouvelle analyse.

Mode 2 > Fichier :

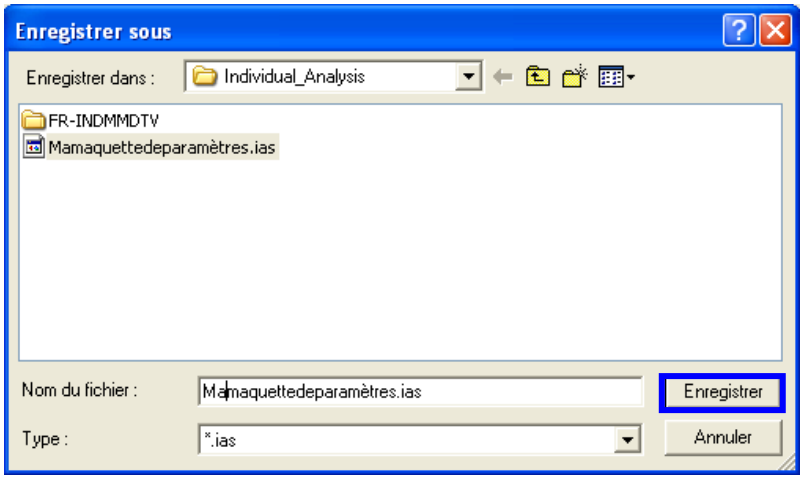
Cette option propose d'enregistrer des maquettes en mode réseau depuis votre PC. En choisissant cette option, vous aurez pas la possibilité de sélectionner par vous-même le répertoire dans lequel vous souhaitez enregistrer vos maquettes et ainsi partager vos maquettes avec d'autres utilisateurs.

Pour sauver une maquette en mode réseau, cliquez sur l'option « **Sauver…** »



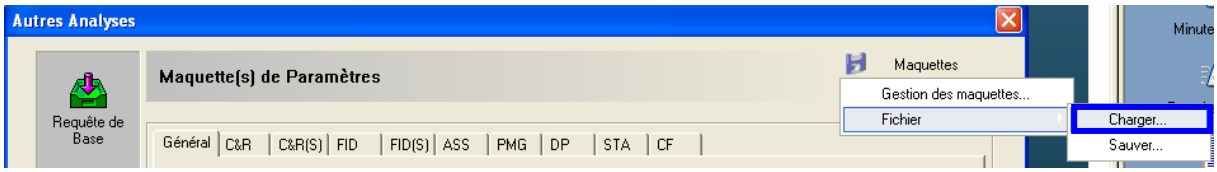
Copyright Médiamétrie

La fenêtre suivante apparaît :

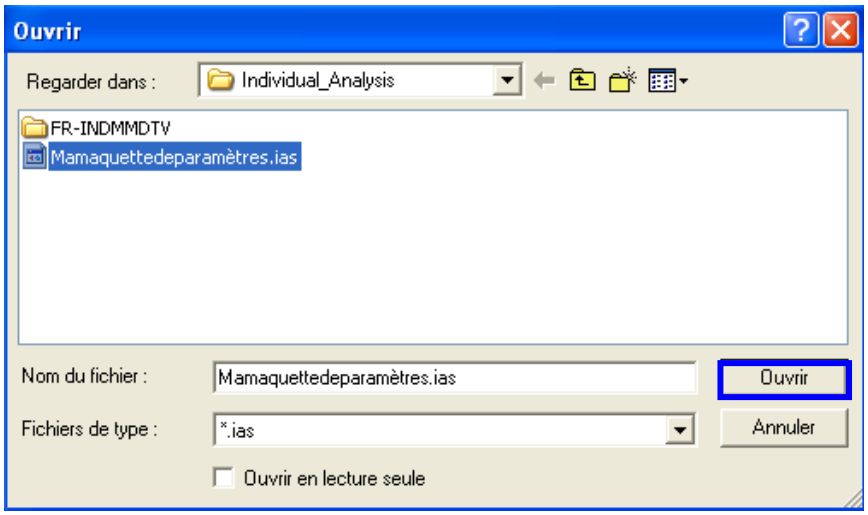


Donner un nom à cette maquette, sélectionner le répertoire dans lequel vous souhaitez l'enregistrer et cliquer sur le bouton « **Enregistrer** ».

Pour ouvrir une maquette enregistrée avec le mode « Fichier », cliquez sur l'option « **Charger…** »



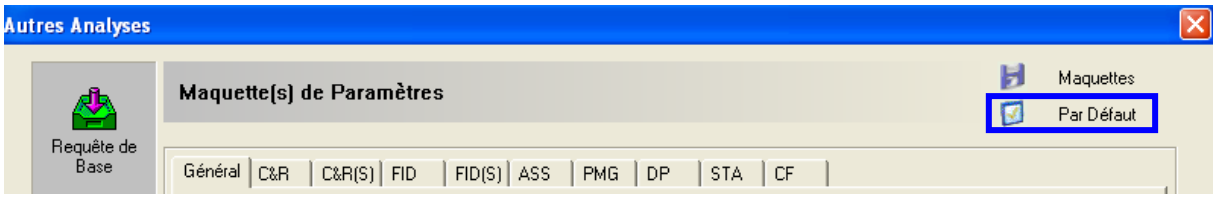
La fenêtre suivante apparaît :



Sélectionner la maquette souhaitée et cliquer sur le bouton « **Ouvrir** ». Les paramètres définis lors de l'enregistrement de cette maquette sont aussitôt appliqués dans cette nouvelle analyse.

Il est possible d'appliquer les paramétrages d'une maquette par défaut. Pour cela, appliquer la maquette souhaitée comme paramétrage puis cliquer sur « **Par Défaut** ».

Copyright Médiamétrie



Ci-après, le récapitulatif des différents formats de maquettes proposés dans *MMW* :

ANALYSE	FORMAT	MAQUETTE
Table de Diffusion Minute à Minute Tranche Horaire	.mmf	Filtre de base
	.mml	Disposition
Profil de Cible	.dem	Variable
	.flt	Cible
	.lay	Disposition
Autres Analyses Standard Analyses de Comportement	.evt	Liste des événements (Tranche Horaire / Programme)
	.iaq	Requête de Base
	.ias	Paramètres
	.iat	Seuil de Vision
	.lay	Disposition

8.3. Enregistrement d'un favori

L'enregistrement de favori est proposé au niveau de l'axe "Filtre" des analyses standard uniquement. Il s'agit du niveau le plus fin d'enregistrement possible.

Pour chacun des sous-axes, *MMW* propose la possibilité d'enregistrer un favori :

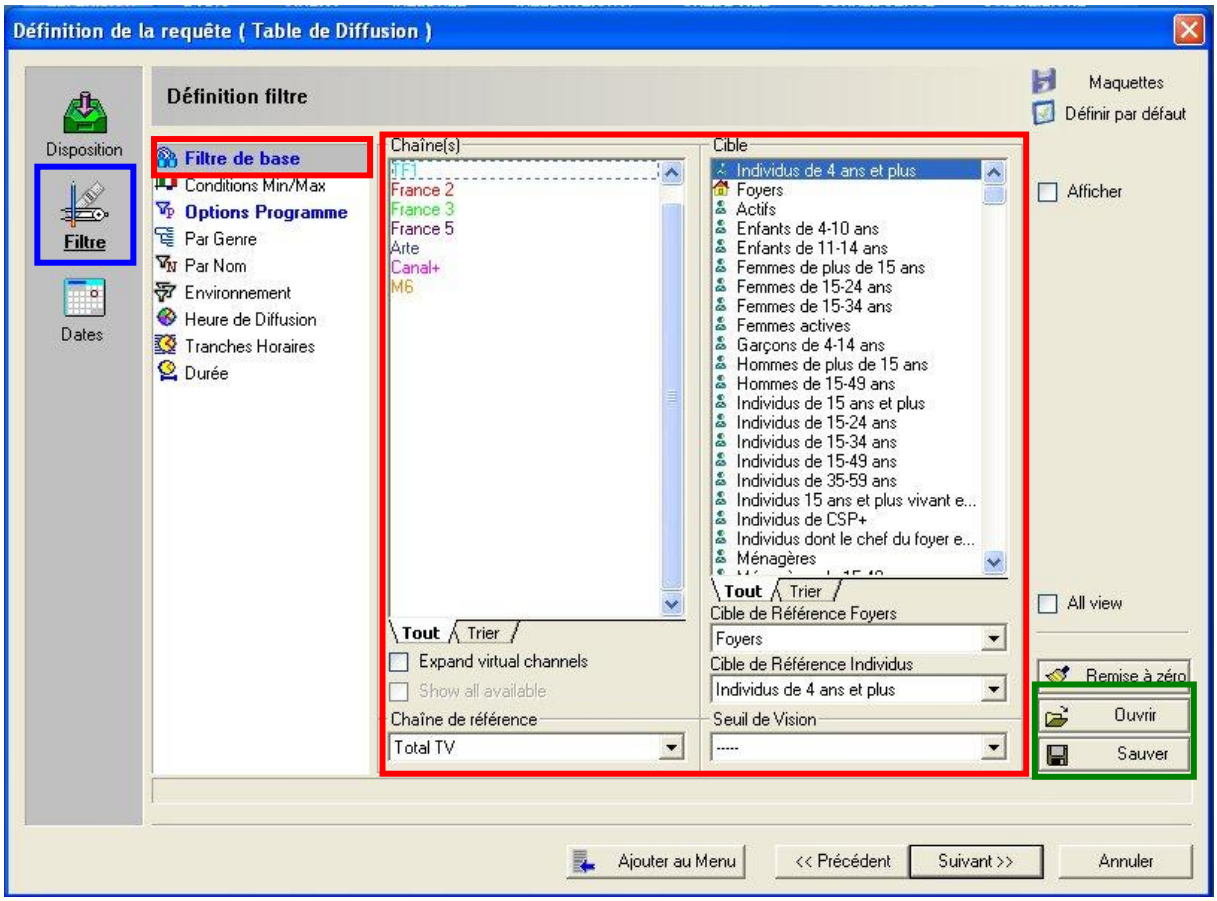
Exemple :

Analyse "Table de Diffusion" > Axe "Filtre" > Sous-axe "Filtre de base"

Enregistrement d'un favori "Cible(s) + Chaîne(s) + Chaîne de Référence + Cible de Référence + Seuil de Vision"

Sélectionner les items souhaités dans chacune des listes et menus déroulants proposés, puis cliquer sur le bouton "**Sauver**". La fenêtre suivante apparaît :

Copyright Médiamétrie



Axe "Filtre"
Sous-Axe "Filtre de Base"

Sélectionner le répertoire dans lequel le favori sera enregistré puis entrer alors un nom pour ce favori (Ici "Mon favori de cibles_chaînes"). Le fichier de favori (.tgf) est alors créé à l'emplacement souhaité

Pour appliquer un favori, cliquer sur "**Ouvrir**", la fenêtre d'ouverture de fichier apparaît :

Copyright Médiamétrie

Sélectionner le favori souhaité et cliquer sur "Ouvrir". La sélection est alors aussitôt appliquée. Si un tri d'affichage avait appliqué lors de l'enregistrement du favori, il est lui aussi conservé.

A NOTER

Tableau récapitulatif des différents types de favori proposés au niveau des Analyses Standard

Sous-Axe	Type de Favori	Format	Analyse Standard		
			TDI	MàM	TH
Filtre de Base	Favori_Filtre de Base	.tgf	X	X	X
Conditions Min/Max	Favori_Conditions Min/Max	.amf	X	X	X
Options Programme	Favori_Options Programme	.plf	X		
Par Genre	Favori_Par Genre	.tyf	X		
Par Nom	Favori_Par Nom	.pnf	X		
Environnement	Favori_Environnement	.enf	X		
Heure de Diffusion	Favori_Heure de Diffusion	.tse	X		
Tranches Horaires	Favori_Tranches Horaires	.per	X	X	
Durée	Favori_Durée	.duf	X		
Groupes de TH	Favori_Groupes de TH	.fri			X

9. Les tâches planifiées (Batch)

9.1. Objectif

Lancer de façon automatique suivant une périodicité et sur une période de temps définie une ou plusieurs analyses standard préalablement définies et stockées soit au niveau du menu soit dans l'espace de travail.

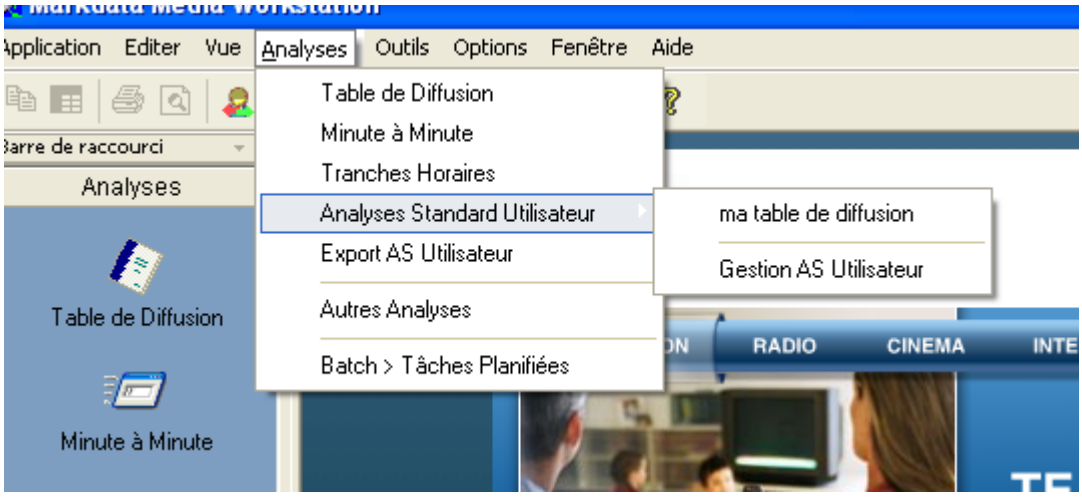
9.2. Paramétrage

Première étape :

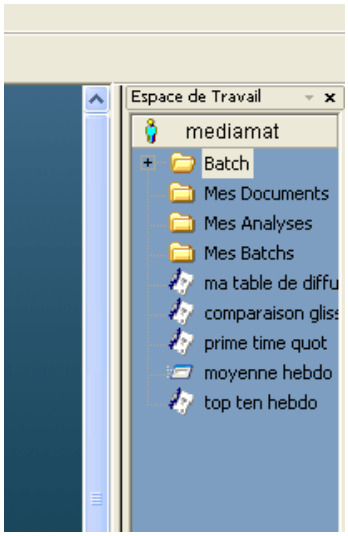
- Construire une analyse "Table de Diffusion" ou "Minute à Minute" c'est-à-dire définir une maquette et les filtres nécessaires à la réalisation de l'analyse.
- Lancer cette analyse au moins une fois sur une base temporelle souhaitée (veille, semaine, mois, etc…).
- Sauvegarder cette analyse soit dans l'espace de travail soit dans le menu horizontal.

Analyse sauvegardée dans le menu : *"ma table de diffusion"*

Copyright Médiamétrie



L'analyse "*ma table de diffusion"* est stockée dans l'espace de travail

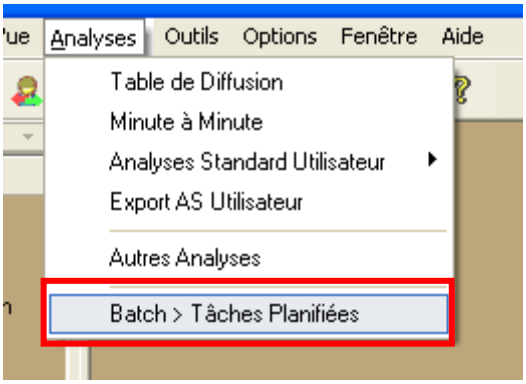


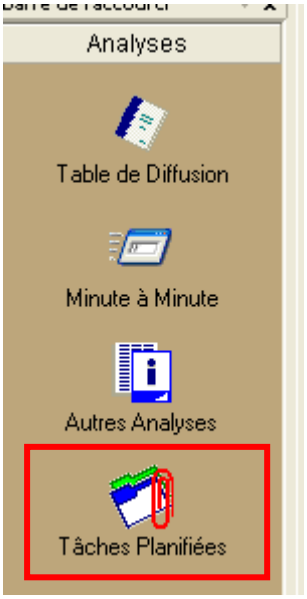
Copyright Médiamétrie

Seconde étape

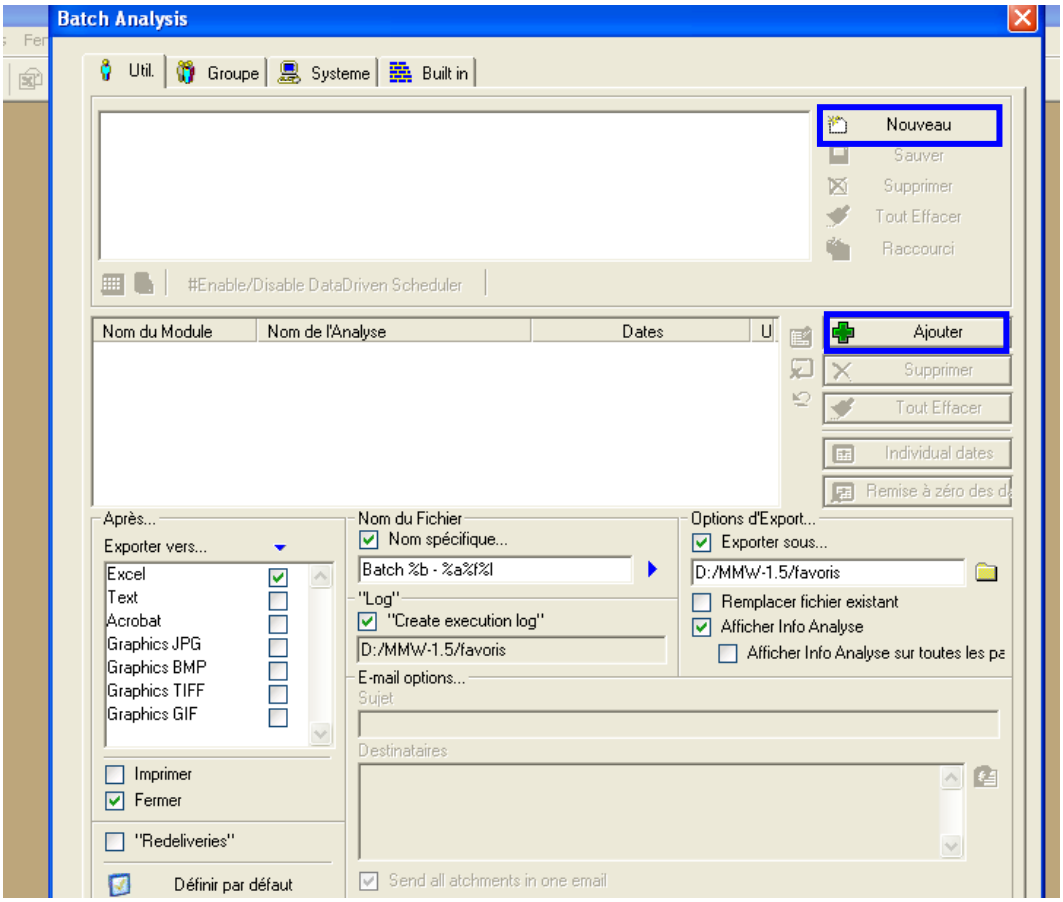
- Définir le contenu du batch

- Pour activer le module batch, cliquer dans la barre de raccourci sur l'icône "Tâches Planifiées" ou dans le menu horizontal sur l'item "Tâches Planifiées".





La fenêtre suivante apparaît :



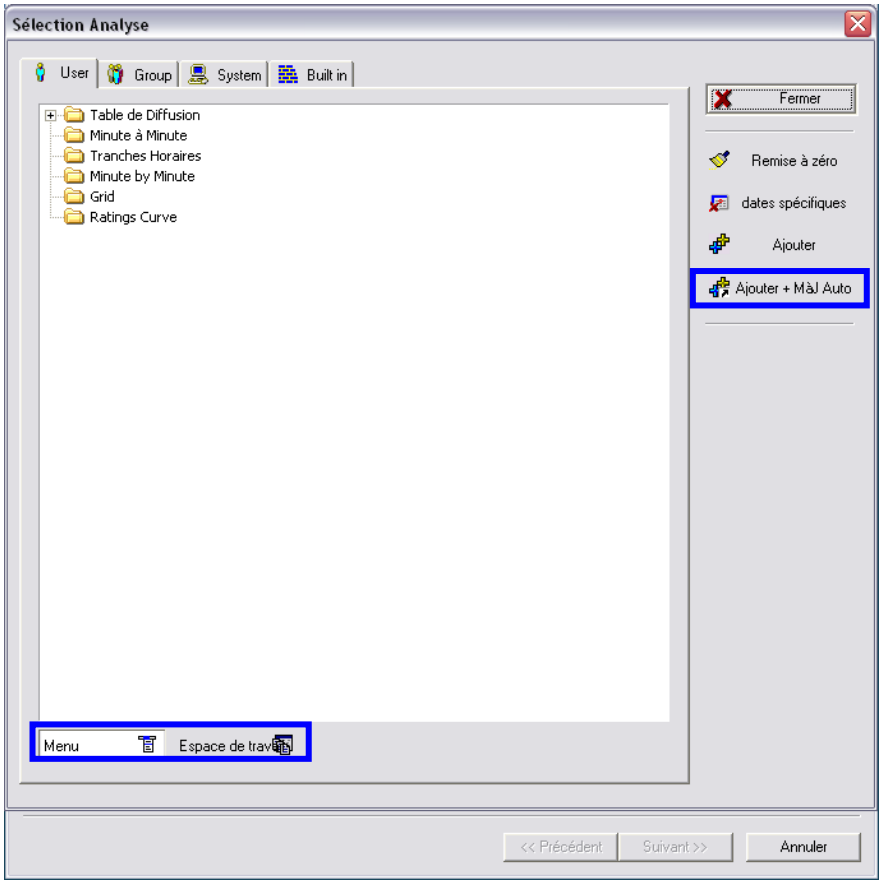
Copyright Médiamétrie

1- Donner un nom au batch à construire en cliquant sur "**Nouveau**".
Cette fenêtre permet également de gérer les batchs (suppression par exemple).

- Pour ajouter une analyse enregistrée au préalable, cliquer ensuite sur le bouton "**Ajouter + MàJ Auto**".

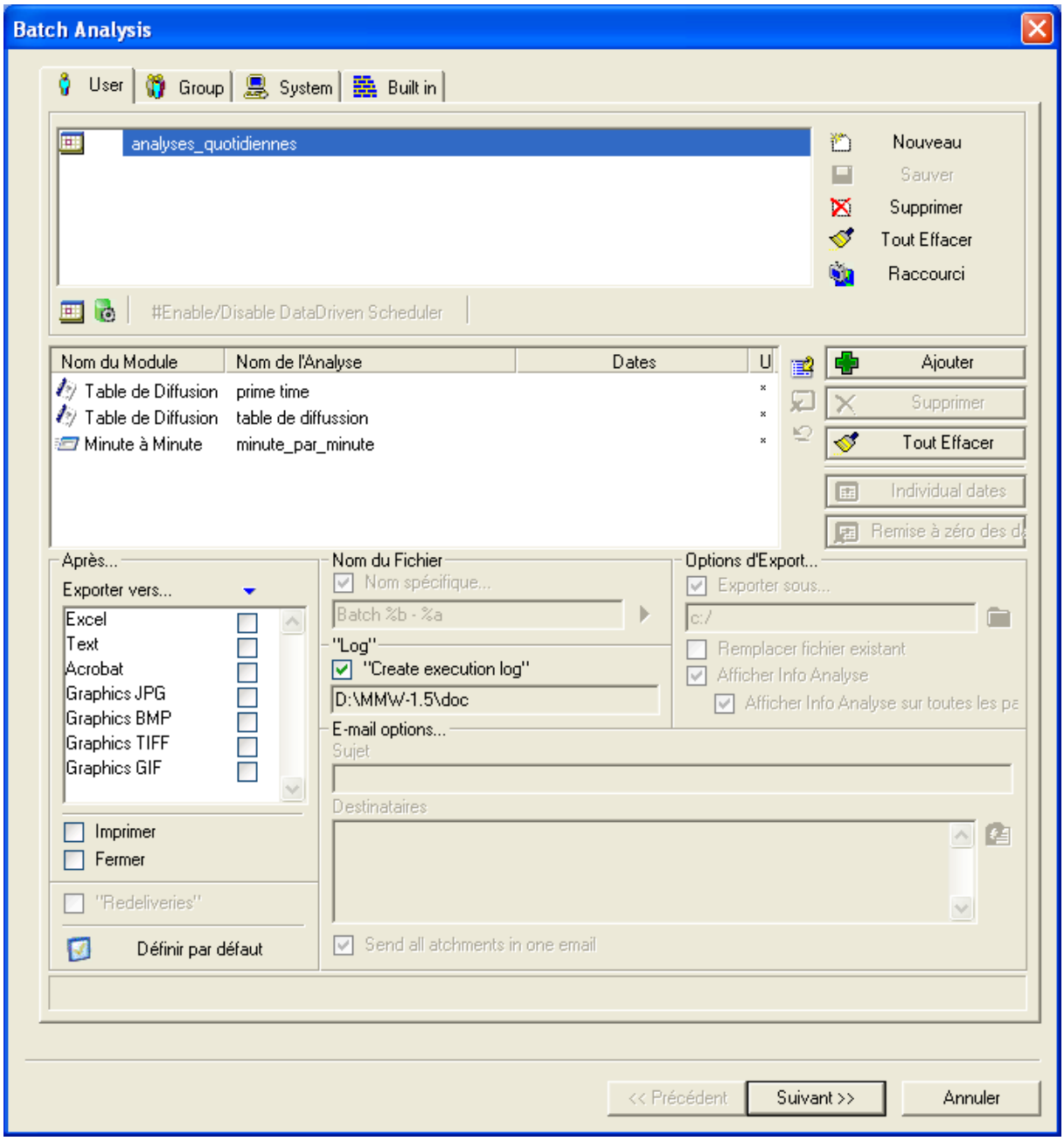
A NOTER
« Ajouter + MàJ Auto » : Si les analyses enregistrées contenues dans le batch sont modifiées par l'utilisateur, le batch prendra automatiquement en compte ces modifications.
« Ajouter » : Si les analyses enregistrées contenues dans le batch sont modifiées par l'utilisateur, le batch ne prendra pas compte ces modifications.

- Sélectionner alors les analyses - enregistrées soit à partir du menu soit dans l'espace de travail – à inclure dans le batch. Pour cela, cliquer sur les onglets "Menu" et "Espace de travail" proposés au bas de la fenêtre.



Dans l'exemple ci-dessous, la tâche planifiée définie contient trois analyses :
- deux analyses "Table de Diffusion"
- et une analyse "Minute à Minute".

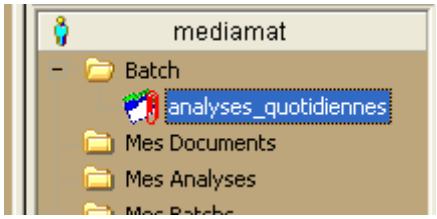
Copyright Médiamétrie



En l'état, ce batch pourra être lancé à partir de l'espace de travail dans le contexte suivant :

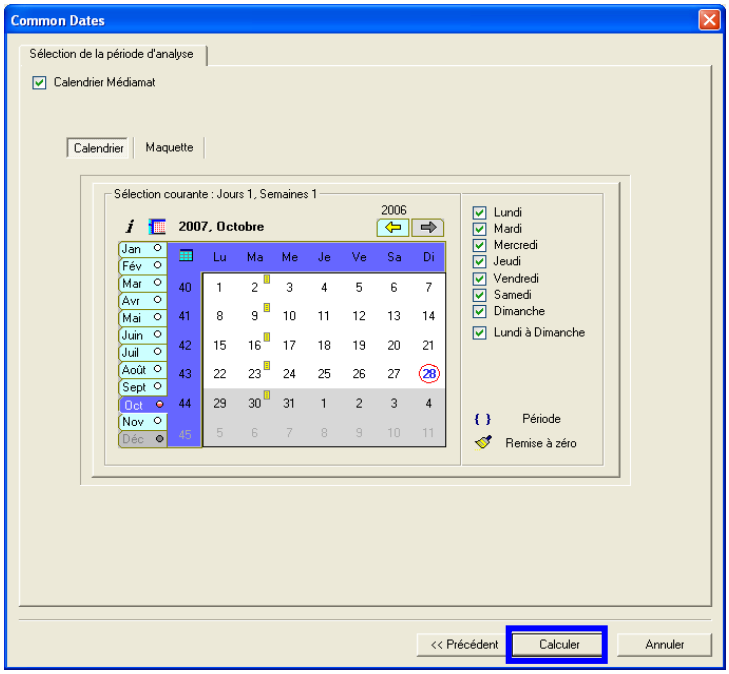
a) Il n'y a pas d'export ni vers Excel, ni vers des fichiers au format .csv le résultat des analyses sera affiché à l'écran.
b) Toutes les analyses portent sur la même période.
c) Ce batch se lance à la demande il n'est pas lancé automatiquement.

Le batch est sauvegardé dans l'espace de travail, il suffit de cliquer sur le lien pour l'exécuter :



Copyright Médiamétrie

En lançant ce batch, l'application *MMW* propose de sélectionner une période sur laquelle le calcul portera, la fenêtre suivante apparaît :



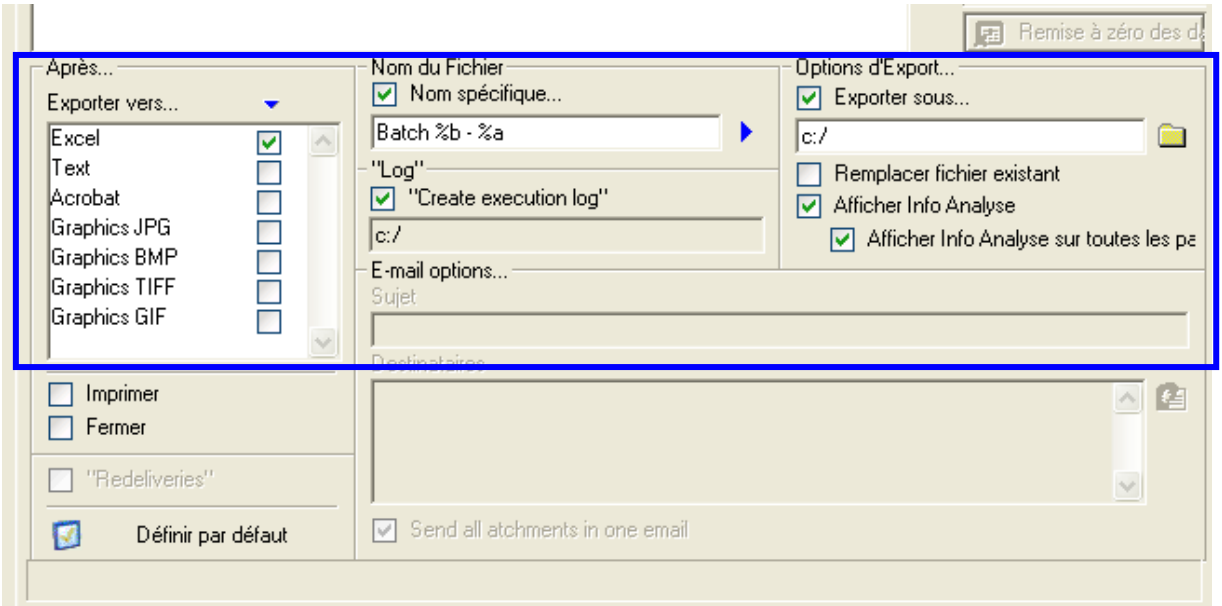
La période sélectionnée sera appliquée à l'ensemble des analyses que contient la tâche planifiée.

- Cliquer sur "**Calculer**" pour lancer le calcul.

9.3. Export des résultats

Pour exporter automatiquement vers Excel les résultats des analyses, il suffit de procéder comme suit :

- lors de la définition du batch, la boîte de dialogue suivante permet de définir les exports :

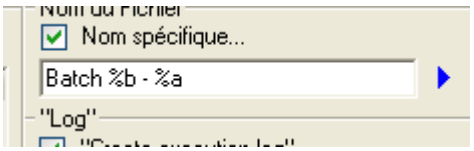


Copyright Médiamétrie

Dans cet exemple, les exports des résultats issus de l'exécution des batchs se feront sous Excel.
En validant cette option deux autres choix deviennent actifs

a) La définition du nom appliqué aux exports
b) Le choix du répertoire dans lequel ils seront sauvegardés.

a) Pour qualifier le nom du fichier d'export, cocher la case "Nom spécifique…"



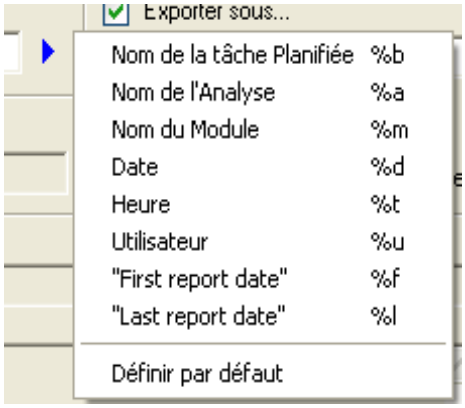
Par défaut, l'application *MMW* nomme les fichiers d'export de la façon suivante :

"Batch" – "nom du batch" – "nom de l'analyse"
"% b" **"%a "**

Nom du batch : c'est le donné à cette tâche planifiée.
Nom de l'analyse : c'est le nom de la ou des analyses contenue(s) dans la tâche planifiée.

"% b" et "% a" sont des alias qui permettent de déterminer le nom des exports.

Cliquer sur la flèche bleue , la liste des alias disponibles est proposée :



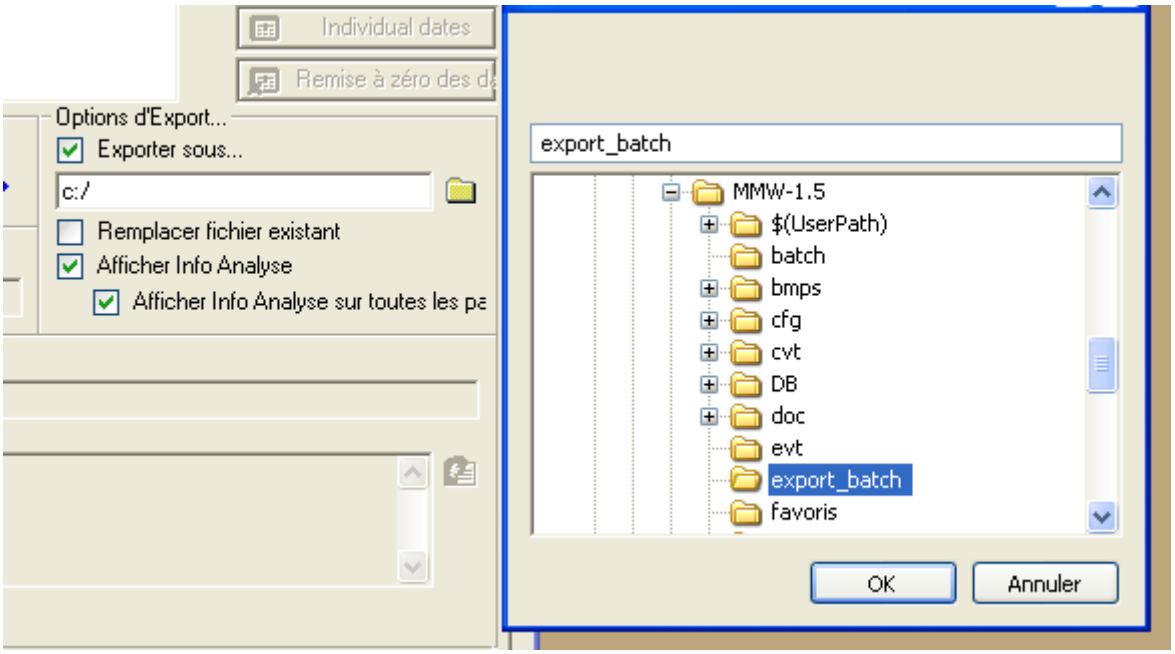
- Nom du module (Table de Diffusion, Minute à Minute) : **% m**
- Date de lancement du batch : **%d**
- Heure du lancement du batch : **%t**
- Nom de l'utilisateur : **%u**
- Date de début de période de calcul choisie à partir du calendrier : **%f**
- Date de fin de période de calcul choisie à partir du calendrier : **%l**

b) Pour qualifier le répertoire dans lequel le fichier sera exporté, cocher la case "Exporter sous…"

L'application *MMW* propose de sélectionner un répertoire pour exporter les résultats issus du traitement d'une tâche planifiée. Pour choisir le répertoire d'export, cliquer sur l'icône

La fenêtre suivante apparaît, il suffit alors de choisir le répertoire souhaité.

Copyright Médiamétrie

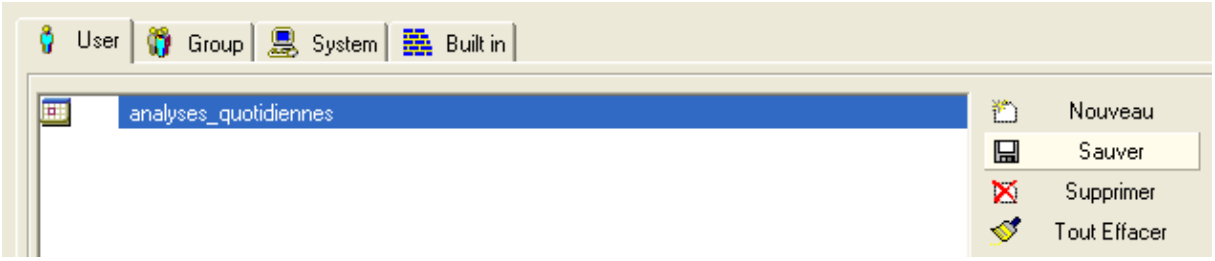


Il est également possible de spécifier les fonctionnements suivants :

- Si un fichier exporté porte le même nom qu'un fichier déjà existant dans le répertoire sélectionné, ce dernier sera automatiquement remplacé.
=> Pour cela, sélectionner l'option "**Remplacer fichier existant**".

- Afficher la fiche info sur une ou sur toutes les feuilles du classeur Excel généré.
=> Pour cela, sélectionner les options "**Afficher Info Analyse**" et "**Afficher Info Analyse sur toutes les pages**".

IMPORTANT
Pour que les modifications appliquées au paramétrage d'une tâche planifiée soient prises en compte, il est indispensable de sauvegarder cette tâche planifiée.



9.4. Pour aller plus loin dans les tâches planifiées…

Le système des tâches planifiées dans *MMW* permet d'aller plus loin dans l'automatisation et le paramétrage de ce module.

En effet, il est possible de :

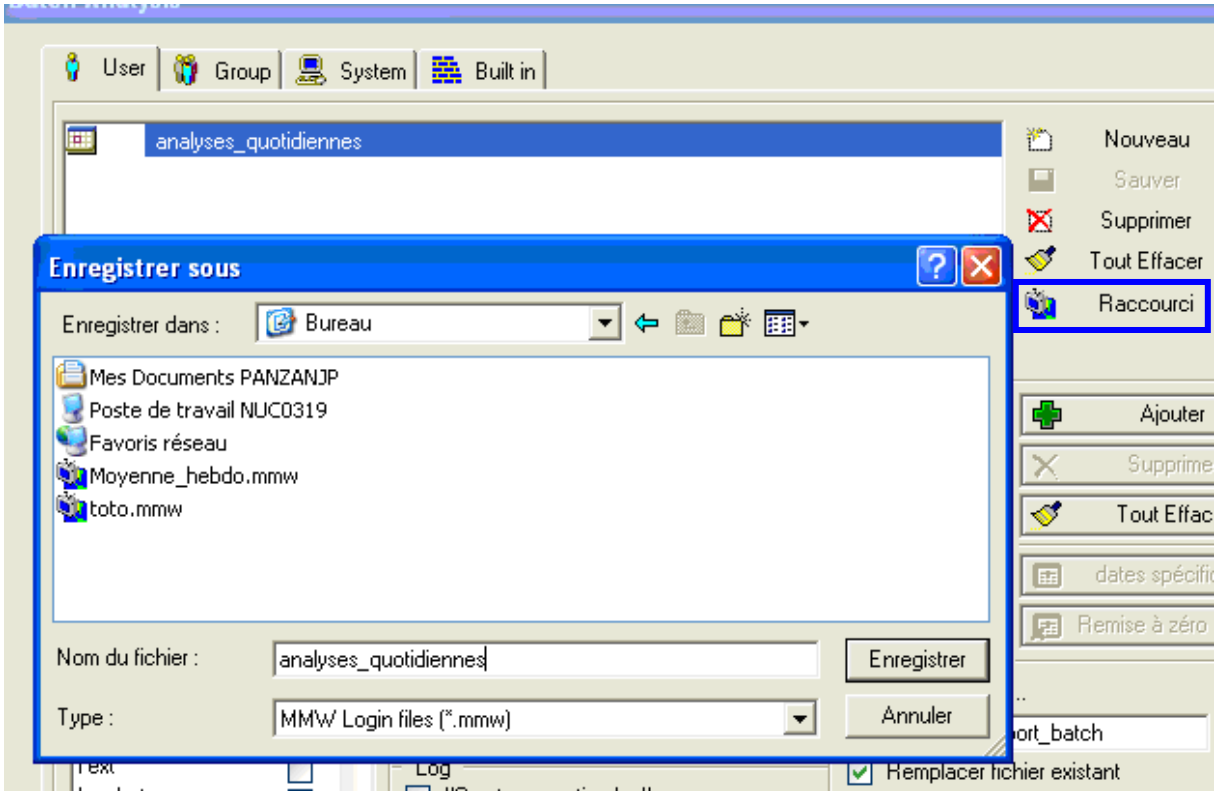
a) créer un raccourci sur le bureau qui permettra de lancer la tâche planifiée sans que l'application *MMW* soit ouverte.
b) définir pour chaque analyse incluse dans une tâche planifiée, une période spécifique.
c) automatiser le lancement de ces tâches grâce à un planificateur de tâche.

Copyright Médiamétrie

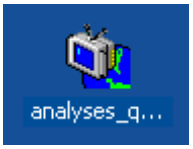
> Créer un raccourci

Après avoir défini la tâche planifiée, il est possible de lui associer un raccourci enregistré sur le bureau.

- Ouvrir le module "**Tâche Planifiée**".
- Cliquer sur la tâche planifiée pour laquelle vous allez créer un raccourci
- Cliquer sur le bouton "**Raccourci**"
- Sélectionner le bureau dans l'arborescence proposée
- Donner un nom au raccourci



Le raccourci permettant d'accéder directement à la tâche planifiée apparaît sur le bureau.



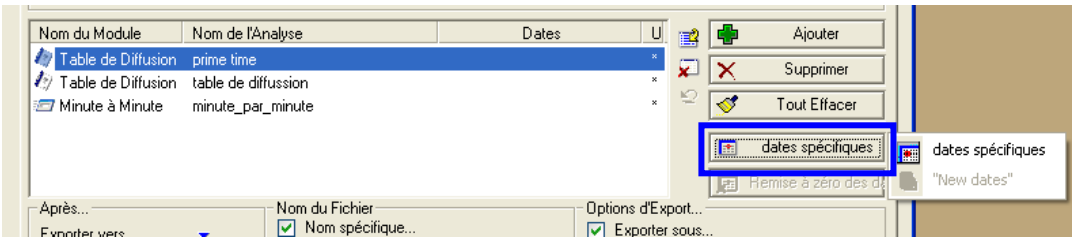
> Spécifier une période d'analyse différente pour chaque analyse incluse dans la tâche planifiée

Pour chacune des analyses qui constituent une tâche planifiée, il est proposé d'appliquer la même période de calcul ou bien des périodes spécifiques à chacune d'entre elles.

Pour associer une période de temps spécifique à une analyse, procéder de la façon suivante :

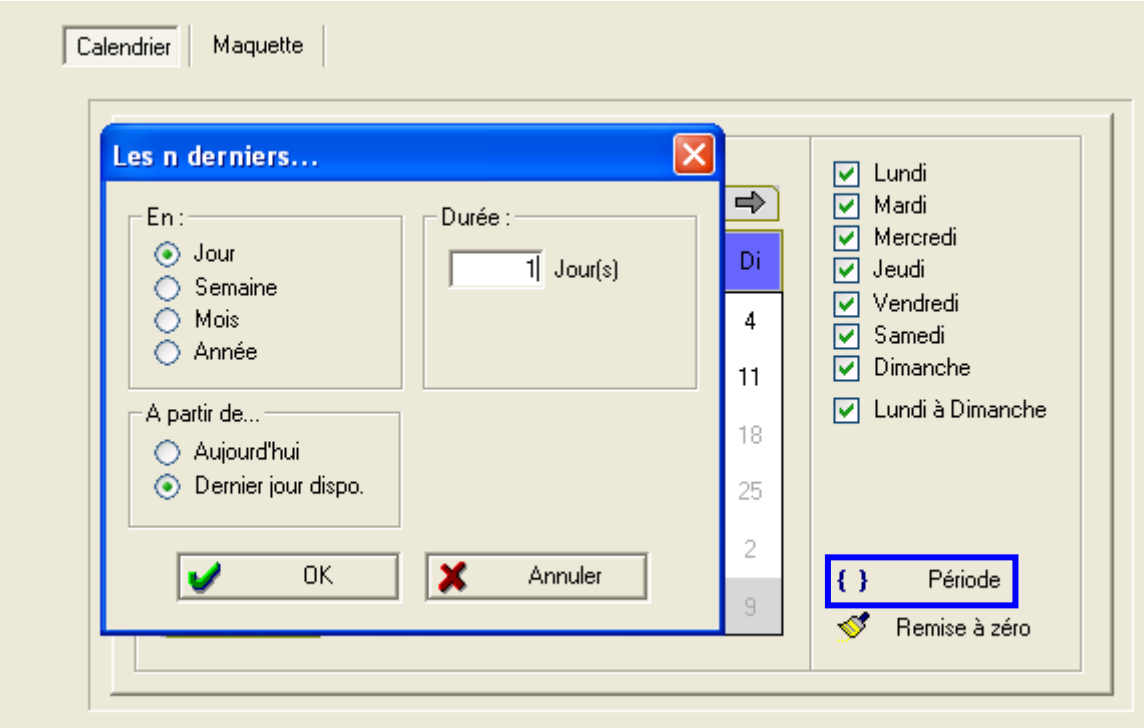
- Sélectionner la tâche planifiée pour laquelle il est nécessaire de définir une période spécifique.

Copyright Médiamétrie



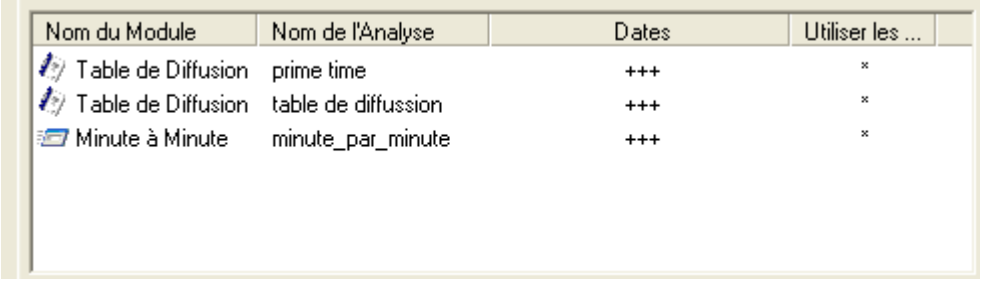
- Cliquer sur le bouton "**Date Spécifiques**"

- *MMW* propose de sélectionner une période à partir du calendrier, cliquer sur le bouton "**Période**".



Dans cet exemple, les calculs récurrents seront lancés sur la journée à partir du dernier jour disponible dans la base (sur les audiences de la veille si le lancement de la tâche planifiée est réalisé après la mise à jour de la base).

De la même façon, et pour chaque analyse, spécifier la période spécifique en utilisant l'option "**Période**" du calendrier.
Si une période de calcul spécifique est appliquée à chaque analyse, le symbole "**+++**" sera précisé pour chacune d'entre elles.



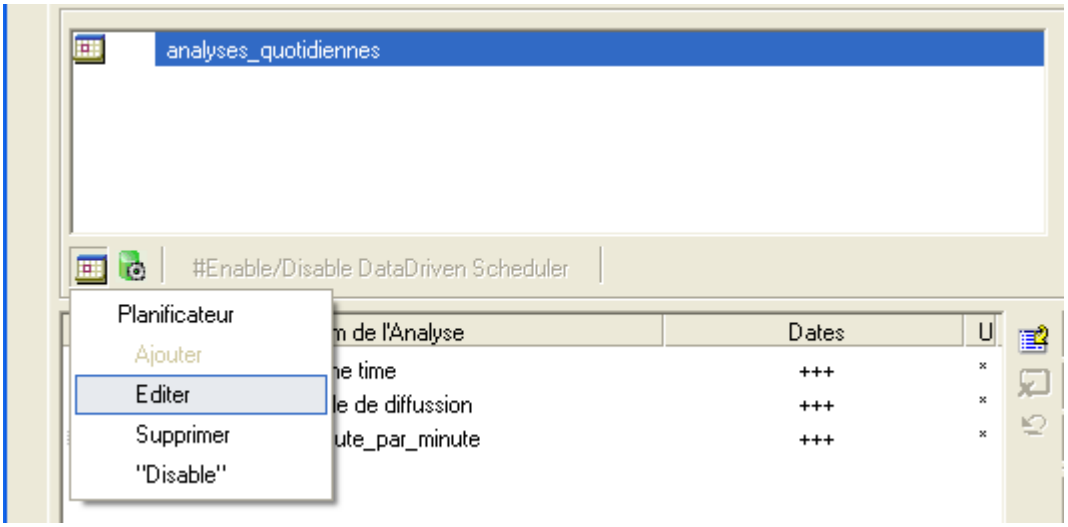
Copyright Médiamétrie

> Automatiser le lancement des tâches planifiées

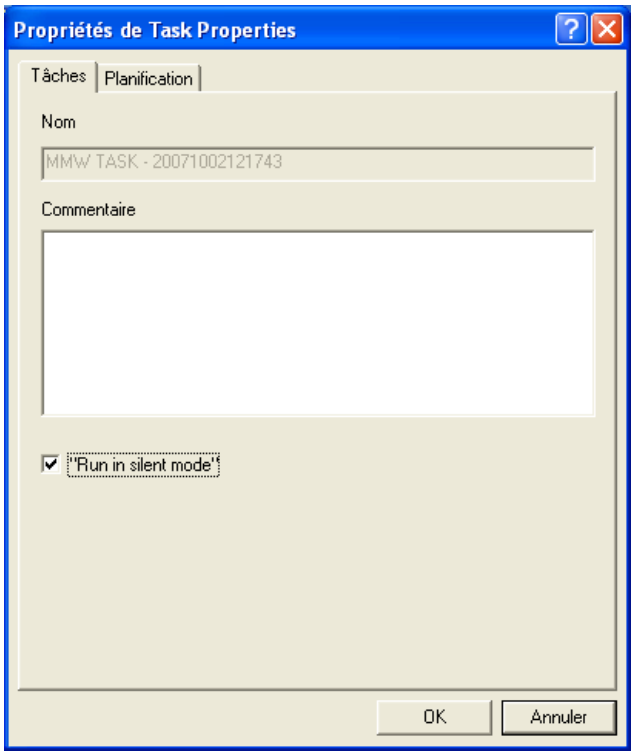
MMW permet de lancer automatiquement une tâche planifiée à une heure fixe de la journée.

- Pour configurer le planificateur de tâche, sélectionner la tâche à planifier puis cliquer sur

- Puis valider en sélectionnant l'option "**Editer**"



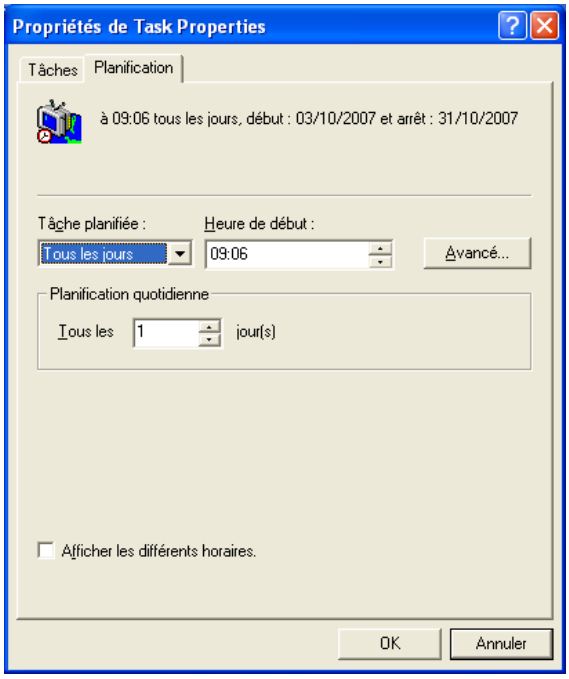
La fenêtre suivante apparaît :



IMPORTANT
Dans cette fenêtre, la case « run in silent mode » doit être cochée. Ainsi, même si le poste de travail est en veille, le calcul de cette analyse sera tout de même exécuté. De plus, il sera possible d'insérer un commentaire afin de différencier plusieurs tâches planifiées.

Copyright Médiamétrie

En cliquant sur l'onglet "**Planification**", il va être possible de définir la périodicité et l'heure à laquelle la tâche sera exécutée.



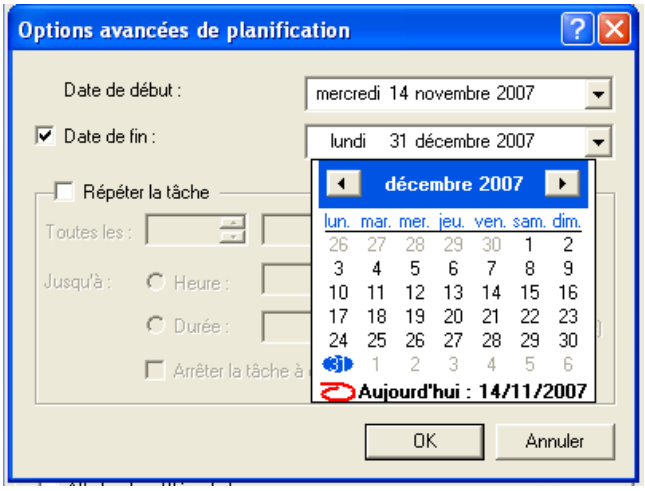
A partir de cette fenêtre, déterminer la périodicité et l'heure de l'exécution de la tâche.

1/ Le menu déroulant "**Tache planifiée**" propose trois options de périodicité :

- Quotidienne
- Hebdomadaire
- Mensuelle

2/ Entrer l'heure de début de l'exécution du batch dans la boîte "**Heure de début**".

En cliquant sur "**Avancé**", il est possible de spécifier la période durant laquelle cette tâche va être exécutée.


Options avancées de planification
Date de début :
mercredi 14 novembre 2007
Date de fin :
lundi 31 décembre 2007
Répéter la tâche
Toutes les :
Jusqu'à :
Heure :
Durée :
Arrêter la tâche à
décembre 2007
lun. mar. mer. jeu. ven. sam. dim.
26 27 28 29 30 1 2
3 4 5 6 7 8 9
10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23
24 25 26 27 28 29 30
1 2 3 4 5 6
Aujourd'hui : 14/11/2007
OK
Annuler

Dans cet exemple, la tâche planifiée sera exécutée tous les jours entre le 14/11 et le 31/12.
Pour valider ce paramétrage, cliquer sur "**OK**".

La fenêtre "**Planification**" est à nouveau proposée, cliquer de nouveau sur "**OK**" pour revenir au menu.

La tâche est planifiée !

Copyright Médiamétrie

Annexes

ANNEXE 1 > Indicateurs d'Audience

◆ Le "Total TV (Médiamat)"

▪ Ensemble des chaînes watermarquées, à savoir :
Ensemble des chaînes nationales hertziennes (les 19 chaînes gratuites de la TNT) + chaînes thématiques + chaînes locales + chaînes régionales.

◆ Le "Autres TV (Médiamat)"

▪ Autres TV (Médiamat) = Total TV – (toutes les chaînes nationales hertziennes*)

* Chaînes nationales hertziennes :
Avant le 29/12/2008 = TF1 ; France 2 ; France 3 ; Canal+ ; M6 ; Arte après 19H00 et France 5 avant 19H00.

Entre le 29/12/2008 et le 03/01/2010 = TF1 ; France 2 ; France 3 ; Canal+ ; M6 ; Arte après 19H00 ; France 5 avant 19H00 et W9.

Entre le 04/01/2010 et le 02/01/2011 = TF1 ; France 2 ; France 3 ; Canal+ ; M6 ; Arte après 19H00 ; France 5 ; W9 ; TMC, France 4 et Gulli.

Entre le 03/01/2011 et le 03/07/2011 = TF1 ; France 2 ; France 3 ; Canal+ ; M6 ; Arte après 19H00 ; France 5 ; W9 ; TMC, France 4, Gulli, Direct 8, NRJ12 et NT1.

Depuis le 04/07/2011 = TF1 ; France 2 ; France 3 ; Canal+ ; M6 ; Arte ; France 5 ; W9 ; TMC, France 4, Gulli, Direct 8, NRJ12 et NT1.

◆ Taux Moyen (TM%)

▪ Nommé également audience moyenne

▪ Pour un moment donné (écran, émission, tranche horaire,…), moyenne arithmétique de l'audience obtenue à chaque seconde.

▪ 2 Modes de lecture possibles :
Soit une émission ayant obtenu une audience moyenne de 15 % sur la cible Ind 4+ :
↳ A une seconde moyenne de l'événement, 15% des 4 ans et plus regardaient l'émission.
↳ Un individu moyen de 4 ans et plus a regardé 15 % de la durée de l'émission.

▪ L'audience moyenne est un indicateur de :
↳ Nombre de téléspectateurs à un instant moyen : on peut convertir le pourcentage en nombre.
↳ Volume de consommation : on peut convertir le pourcentage en durée d'écoute par individu.

Copyright Médiamétrie

◆ Taux Moyen Extrapolé (TME)

▪ Audience moyenne exprimée en nombre de téléspectateurs. Cet indicateur est exprimé en milliers (arrondi au millier le plus proche).

TME = TM% X Valeur d'Extrapolation (VE) courante de la cible d'analyse

▪ Pour une série d'événements, les moyennes sont calculées sur les indicateurs %. L'extrapolation est calculée en dernier lieu, à partir de ces indicateurs % moyens multipliés par la valeur d'extrapolation.
Dans le cas d'une série d'événements sur une période au cours de laquelle il y a un ou plusieurs changements de valeur d'extrapolation, l'indicateur extrapolé moyen est calculé en multipliant la moyenne de l'indicateur % par la moyenne des valeurs d'extrapolation pondérée par le nombre d'événements de chacune des périodes sans changement.

Mathématiquement, pour une série de n événements
$S=\{E_1$ du jour j_1, E_2 du jour j_2, … E_K du jour $j_K\}$, le taux moyen extrapolé moyen est donné par :
Moyenne_TME(S) = Moyenne_TM%(S) x $[_{k=1...K}$ VE_{jk} / K] où VE_{jk} correspond à la valeur d'extrapolation applicable au jour j_K. Les valeurs d'extrapolation d'une même période seront égales.

▪ Pour calculer cet indicateur, Médiamétrie met à votre disposition les valeurs d'extrapolation des cibles standard, complémentaires, spécifiques et marché.

▪ Pour connaître, les valeurs d'extrapolation annuelles des cibles :
- ouvrir le module "Cibles" et lancer un profil sur les cibles souhaitées et sur un jour donné. La colonne "Valeur d'Extrapolation" précise la valeur d'extrapolation des cibles pour l'année choisie (valeur exprimée en milliers).
- ou bien sélectionner l'indicateur « **VE Cible** » disponible au niveau du volet « Indicateurs d'Aud. » de l'accordéon de paramétrage des analyses Standard.

RAPPEL
Les valeurs d'extrapolation nationales des cibles standard, complémentaires, marché et spécifiques sont mises à jour chaque année (début du deuxième trimestre).
▪ Jusqu'en 2007 inclus, les valeurs d'extrapolation étaient rétropolées au début de l'année en cours (année calendaire).
▪ A partir de 2008, les valeurs d'extrapolation ne sont plus rétropolées, leur validité débutera le jour de leur mise à disposition au marché.
Ex : Mise à disposition de la VE 2008 de la cible A le lundi 28 avril 2008 (date à confirmer selon la date de disponibilité des résultats des enquêtes INSEE)
=> Date de validité de la VE 2007 : du 01/01/2007 au 27/04/2008
=> Date de validité de la VE 2008 : du 28/04/2008 au 31/12/9999 (ouverte à l'infini en attendant la mise à disposition de la VE 2009).

◆ TM Total TV (TTV%)

▪ Taux Moyen de l'agrégat « Total TV » durant l'événement considéré.

◆ TM Total TV Extrapolé (TTVE)

▪ Audience moyenne de la chaîne Total TV durant l'événement considéré exprimée en nombre de téléspectateurs. Cet indicateur est exprimé en milliers (arrondi au millier le plus proche).

TTVE = TTV% X Valeur d'Extrapolation (VE) courante de la cible d'analyse

▪ Pour une série d'événements, les moyennes sont calculées sur les indicateurs %. L'extrapolation est calculée en dernier lieu, à partir de ces indicateurs % moyens multipliés par la valeur d'extrapolation.
Dans le cas d'une série d'événements sur une période au cours de laquelle il y a un ou plusieurs changements de valeur d'extrapolation, l'indicateur extrapolé moyen est calculé en multipliant la moyenne de l'indicateur % par la moyenne des valeurs d'extrapolation pondérée par le nombre d'événements de chacune des périodes sans changement.

Copyright Médiamétrie

Mathématiquement, pour une série de n événements
S={E_1 du jour j_1, E_2 du jour j_2, … E_K du jour j_K}, le taux moyen extrapolé moyen est donné par :
Moyenne_TTVE(S) = Moyenne_TTV%(S) x [$_{k=1...K}$ VE_{jk} / K] où **VE_{jk}** correspond à la valeur d'extrapolation applicable au jour j_K. Les valeurs d'extrapolation d'une même période seront égales.

▪ Pour calculer cet indicateur, Médiamétrie met à votre disposition les valeurs d'extrapolation des cibles standard, complémentaires, spécifiques et marché.

▪ Pour connaître, les valeurs d'extrapolation annuelles des cibles :
ouvrir le module "Cibles" et lancer un profil sur les cibles souhaitées et sur un jour donné. La colonne "Valeur d'Extrapolation" précise la valeur d'extrapolation des cibles pour l'année choisie (valeur exprimée en milliers).

- ou bien sélectionner l'indicateur « **VE Cible** » disponible au niveau du volet « Indicateurs d'Aud. » de l'accordéon de paramétrage des analyses Standard.

RAPPEL
Les valeurs d'extrapolation nationales des cibles standard, complémentaires, marché et spécifiques sont mises à jour chaque année (début du deuxième trimestre).
▪ Jusqu'en 2007 inclus, les valeurs d'extrapolation étaient rétropolées au début de l'année en cours (année calendaire).
▪ A partir de 2008, les valeurs d'extrapolation ne sont plus rétropolées, leur validité débutera le jour de leur mise à disposition au marché.
Ex : Mise à disposition de la VE 2008 de la cible A le lundi 28 avril 2008 (date à confirmer selon la date de disponibilité des résultats des enquêtes INSEE)
=> Date de validité de la VE 2007 : du 01/01/2007 au 27/04/2008
=> Date de validité de la VE 2008 : du 28/04/2008 au 31/12/9999 (ouverte à l'infini en attendant la mise à disposition de la VE 2009).

◆ TM(EPP)

▪ Audience moyenne exprimée en Effectif Pondéré (après redressement) d'individus du Panel.

TM(EPP) = TM% X Effectif Pondéré du Panel (EPP) de la cible d'analyse

▪ Pour connaître, les effectifs pondérés du panel des cibles :

- ouvrir le module "Cibles" et lancer un profil sur les cibles souhaitées et sur un jour donné. La colonne "Effectif Pondéré" précise l'effectif pondéré après redressement des cibles pour le jour sélectionné pour le calcul du profil.
- ou bien sélectionner l'indicateur « **Effectif Pond. Cible** » disponible au niveau du volet « Indicateurs d'Aud. » de l'accordéon de paramétrage des analyses Standard.

▪ Anciennement appelé « TM# » dans Telereport.

◆ Part d'Audience (PdA)

▪ Pourcentage d'audience d'une chaîne de télévision calculé par rapport à l'audience du média Télévision. Cet indicateur peut être calculé pour une émission ou une tranche horaire.

▪ Exemple d'interprétation :
Soit une émission de 2h15mn ayant obtenu une audience moyenne de 15 % sur la cible 4 ans et plus. Au cours de la diffusion de cette émission, l'audience moyenne de la télévision a été de 46 %.
PdA = (15 / 46)*100 = 32,6 %

▪ Le calcul de la Part d'Audience est donc impacté par le paramétrage de la chaîne de référence (par défaut, il s'agit du poste "Total TV").

Copyright Médiamétrie

◆ Durée d'Ecoute par Individu (DEI)

▪ Moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par l'ensemble des individus (y compris celle des non-téléspectateurs) d'une cible donnée. Elle peut être calculée pour une émission, une tranche horaire, l'ensemble d'une journée,...

▪ Lien mathématique entre la DEI et l'audience moyenne

DEI = Audience moyenne X Durée du programme

◆ Taux Cumulé (TC%)

▪ Nommé également Audience Cumulée

▪ Nombre ou pourcentage de personnes ayant eu au moins un contact avec la Télévision au cours d'une période (émission, écran, tranche horaire, …), quelle que soit la durée de l'écoute.

▪ Mode de lecture

Soit une émission ayant obtenu une audience cumulée de 30% sur la cible 4 ans et plus. Cela signifie que 30 % des 4 ans et plus ont regardé cette émission pendant au moins 10 secondes consécutives (seuil de vision par défaut).

▪ L'indicateur TC% peut être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur. Le seuil de vision par défaut correspond à :

- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

◆ Taux Cumulé Extrapolé (TCE)

▪ Audience cumulée exprimée en nombre de téléspectateurs. Cet indicateur est exprimé en milliers (arrondi au millier le plus proche).

TCE = TC% X Valeur d'Extrapolation (VE) courante de la cible d'analyse

▪ Pour une série d'événements, les moyennes sont calculées sur les indicateurs %. L'extrapolation est calculée en dernier lieu, à partir de ces indicateurs % moyens multipliés par la valeur d'extrapolation. Dans le cas d'une série d'événements sur une période au cours de laquelle il y a un ou plusieurs changements de valeur d'extrapolation, l'indicateur extrapolé moyen est calculé en multipliant la moyenne de l'indicateur % par la moyenne des valeurs d'extrapolation pondérée par le nombre d'événements de chacune des périodes sans changement.
Mathématiquement, pour une série de n événements
S={E_1 du jour j_1, E_2 du jour j_2, … E_K du jour j_K}, le taux moyen extrapolé moyen est donné par :
Moyenne_TCE(S) = Moyenne_TC%(S) x [$_{k=1...K}$ VE_{jk} / K] où **VE_{jk}** correspond à la valeur d'extrapolation applicable au jour j_K. Les valeurs d'extrapolation d'une même période seront égales.

▪ L'indicateur TCE peut être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur. Le seuil de vision par défaut correspond à :

- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

▪ Pour calculer cet indicateur, Médiamétrie met à votre disposition les valeurs d'extrapolation des cibles standard, complémentaires, spécifiques et marché.

▪ Pour connaître, les valeurs d'extrapolation annuelles des cibles :

- ouvrir le module "Cibles" et lancer un profil sur les cibles souhaitées et sur un jour donné. La colonne "Valeur d'Extrapolation" précise la valeur d'extrapolation des cibles pour l'année choisie (valeur exprimée en milliers).
- ou bien sélectionner l'indicateur « **VE Cible** » disponible au niveau du volet « Indicateurs d'Aud. » de l'accordéon de paramétrage des analyses Standard.

Copyright Médiamétrie

RAPPEL
Les valeurs d'extrapolation nationales des cibles standard, complémentaires et marché sont mises à jour chaque année (début du deuxième trimestre).
- Jusqu'en 2007 inclus, les valeurs d'extrapolation étaient rétropolées au début de l'année en cours (année calendaire).
- A partir de 2008, les valeurs d'extrapolation ne sont plus rétropolées, leur validité débutera le jour de leur mise à disposition au marché.

Ex : Mise à disposition de la VE 2008 de la cible A le lundi 28 avril 2008 (date à confirmer selon la date de disponibilité des résultats des enquêtes INSEE)
=> Date de validité de la VE 2007 : du 01/01/2007 au 27/04/2008
=> Date de validité de la VE 2008 : du 28/04/2008 au 31/12/9999 (ouverte à l'infini en attendant la mise à disposition de la VE 2009).

◆ Durée d'Ecoute par Téléspectateur (DET)

- Moyenne du temps passé par les téléspectateurs à regarder une émission, une chaîne, la télévision, pendant une tranche horaire ou l'ensemble de la journée.

- Lien mathématique entre la DET, la DEI et l'audience cumulée

DET = DEI / Audience cumulée

- L'indicateur DET peut être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur.

Le seuil de vision par défaut correspond à :
- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

- Anciennement appelé "DEA" (Durée d'Ecoute par Auditeur) dans Telereport.

◆ Assiduité (Ass%)

ASS% = DET / Durée de l'événement ou *ASS% = TM / TC*

- Proportion du temps passé à regarder l'événement E par l'ensemble des téléspectateurs sur la tranche horaire de ce même événement E.

- L'indicateur Ass% peut être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur.

Le seuil de vision par défaut correspond à :
- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

- Anciennement appelé "FID%" (Fidélité) dans Telereport.

◆ Structure d'Auditoire (STA_TM)

*STA_TM = (TM de la cible d'analyse * Taille de la cible d'analyse) / (TM de la cible de référence * Taille de la cible de référence)*

- Contribution d'une cible d'analyse à l'audience moyenne (TM%) de la population.

- Si la structure d'auditoire de la cible/modalité "Actifs" sur l'ensemble "Ind 15+" est de 60%, cela signifie que, en moyenne sur l'événement étudié, sur 100 téléspectateurs de 15 ans et plus, 60 étaient actifs.

- La somme des structures pour toutes les modalités d'une variable est égale à 100% (lorsque la cible analysée et la variable du panel contiennent des invités). L'ensemble des structures propres à chaque

Copyright Médiamétrie

modalité d'une même variable permet donc de connaître la structure du profil de l'auditoire de l'événement considéré et ce selon les variables utilisées.

- Anciennement appelé "Adh%" (Indice d'adhésion) dans Telereport.

◆ Structure d'Auditoire (STA_TC)

*STA_TC = (TC de la cible d'analyse * Taille de la cible d'analyse) / (TC de la cible de référence * Taille de la cible de référence)*

- Nouvel indicateur proposé dans *MMW*.

- Contribution d'une cible d'analyse à l'audience cumulée (TC%) de la population.

- Si la structure d'auditoire de la cible/modalité "Actifs" sur l'ensemble "Ind 15+" est de 60%, cela signifie que, en moyenne sur l'événement étudié, sur 100 téléspectateurs de 15 ans et plus, 60 étaient actifs.

- La somme des structures pour toutes les modalités d'une variable est égale à 100% (lorsque la cible analysée et la variable contiennent des invités). L'ensemble des structures propres à chaque modalité d'une même variable permet donc de connaître la structure du profil de l'auditoire de l'événement considéré et ce selon les variables utilisées.

- L'indicateur STA_TC peut être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur.
Le seuil de vision par défaut correspond à :
  - 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
  - 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

◆ Indice d'Affinité (Aff%)

Aff% = TM% de l'événement pour la cible d'analyse / TM% de l'événement pour la cible de référence

- Rapport (exprimé en pourcentage ou en indice) de l'audience d'une cible à l'audience totale d'un programme ou d'une tranche horaire.
C'est un indicateur d'évaluation utilisé en médiaplanning, qui met en évidence la proximité d'une population utile avec un programme ou une tranche horaire.

- Une affinité > 100 signifie que, en moyenne, les individus de la cible d'analyse regardent plus la chaîne C durant l'événement considéré que la cible de référence.

- Une affinité < 100 signifie que, en moyenne, les individus de la cible d'analyse regardent moins la chaîne C durant l'événement considéré que la cible de référence.

- Le calcul d'affinité est donc impacté par le paramétrage de la cible de référence (par défaut, il s'agit de la cible "Individus 4+").

◆ Indice d'Attractivité (Att%)

Att% = Pda de l'événement pour la cible d'analyse / Pda de l'événement pour la cible de référence

- Rapport (exprimé en pourcentage ou en indice) de la Part d'audience d'une cible à celle de la cible de référence d'une émission ou d'une tranche horaire.

- Une attractivité > 100 signifie que, en moyenne, à durées d'écoute TTV égales, les individus de la cible d'analyse consacrent plus de temps à la chaîne C durant l'événement considéré que la cible de référence.

Copyright Médiamétrie

▪ Une attractivité < 100 signifie que, en moyenne, à durées d'écoute TTV égales, les individus de la cible d'analyse consacrent moins de temps à la chaîne C durant l'événement considéré que la cible de référence.

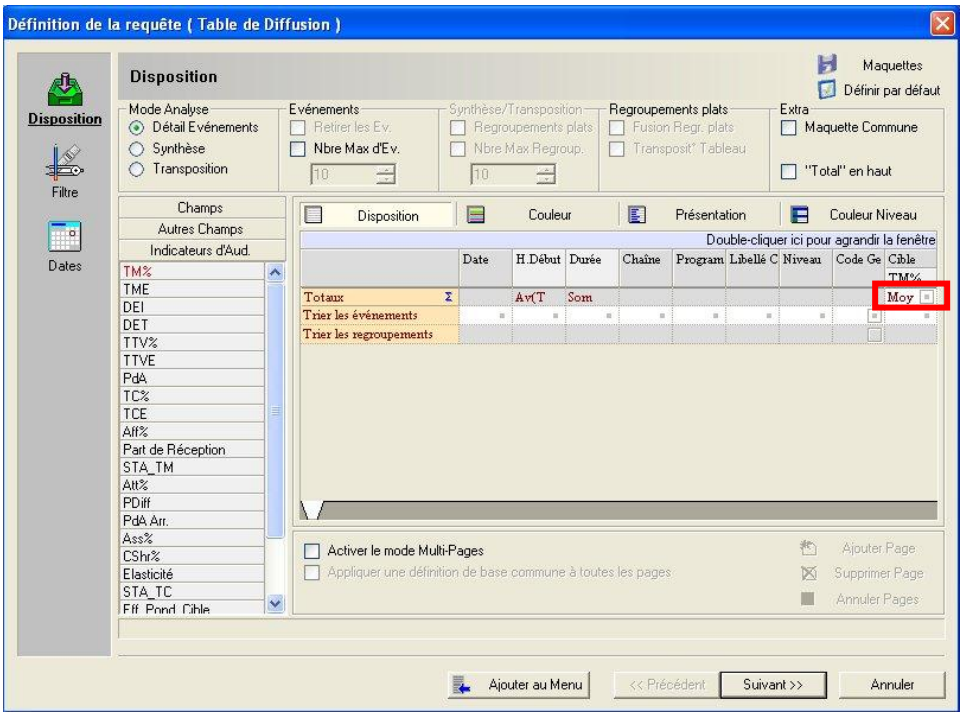
▪ Le calcul d'attractivité est donc impacté par le paramétrage de la cible de référence (par défaut, il s'agit de la cible "Individus 4+") et de la chaîne de référence (par défaut, il s'agit du poste "Total TV").

◆ Gross Rating Point (GRP)

▪ Indicateur de performance d'un plan média. C'est le nombre moyen de contacts à une campagne publicitaire pour 100 personnes de la cible étudiée.

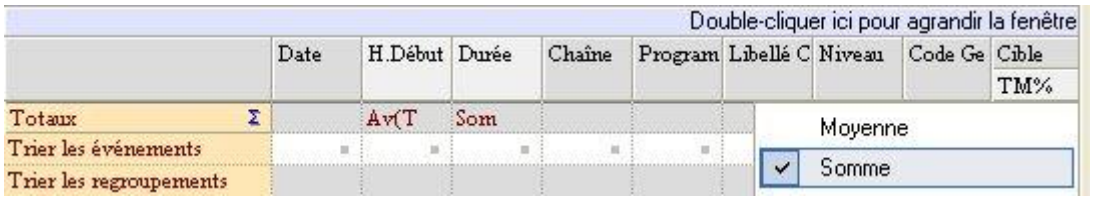
▪ A la suite de la diffusion de plusieurs événements, le GRP est égal à la somme des audiences (TM%) de chacun des événements.

▪ Cet indicateur n'est pas disponible en tant qu'indicateur dans l'application *MMW*. Vous pouvez cependant le calculer à partir des TM% d'une série d'événements en modifiant comme suit le calcul à appliquer dans les lignes de totaux.



Sélectionnez l'indicateur **TM%** dans la disposition du tableau de résultats (ici une analyse "Table de Diffusion"), puis cliquez sur le carré à droite de "Moy" (La moyenne étant le calcul appliqué par défaut dans les lignes de totaux).

Le menu déroulant suivant apparaît :



Copyright Médiamétrie

Sélectionnez l'option "**Somme**"

La disposition est donc automatiquement modifiée, les valeurs des lignes de totaux au niveau de la colonne "TM%" correspondront donc au GRP de la série d'événements diffusés.

Exemple d'interprétation :

	Date	H.Début	Durée	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Ind 4+ TM% {Som}
1	02/08/2007	17:11:55	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	1,1
2	02/08/2007	19:22:37	00:00:39	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	5,2
3	03/08/2007	17:11:54	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0,9
4	04/08/2007	03:58:50	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0,1
5	05/08/2007	10:46:54	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	1,0
6	30/07/2007	17:12:11	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0,7
7	30/07/2007	18:59:27	00:00:39	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	5,4
8	31/07/2007	17:13:09	00:00:08	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0,6
9	01/08/2007	17:11:00	00:00:07	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0,8
10	01/08/2007	18:59:09	00:00:39	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	5,6
[TOTAL]		15:48:42	00:02:52						21,2

Le GRP correspondant à la diffusion des Bandes-Annonces du programme "C'est Pas Sorcier" diffusées sur France 3 entre le 30/07 et le 05/08 est de 21,2 (Somme des TM% des 10 diffusions).

◆ Part de diffusion (Pdiff)

Pdiff = Durée de l'événement analysé / Durée de diffusion de la chaîne sur l'Ensemble Journée

- Rapport de la durée de diffusion d'un événement E diffusé sur la chaîne C sur la durée de diffusion de la chaîne C sur l'ensemble journée.
- Il ne s'agit pas d'un indicateur lié à l'audience. C'est un indicateur lié aux événements.
- Anciennement appelé "Bsh%" dans Telereport.

◆ Contribution à l'audience moyenne (CTR_TM)

CTR_TM = DEI de l'événement analysé / DEI de la chaîne C de diffusion sur l'Ensemble Journée
ou
*CTR_TM = (TM% de l'événement * Durée de l'événement) / (TM% de la chaîne C de diffusion sur l'Ensemble Journée * Durée de diffusion de la chaîne C sur l'Ensemble Journée)*

- Rapport de la DEI d'un événement E diffusé sur la chaîne C sur la DEI globale de la chaîne C sur la même journée (03H00 – 27H00).
- Cet indicateur permet d'obtenir la contribution de l'audience de l'événement à l'audience de l'ensemble de la journée sur la chaîne de diffusion de ce même événement
- Il s'agit de l'équivalent de la Part de diffusion (Pdiff) en termes d'audience (part de consommation).
- Anciennement appelé "Rsh%" (Part de Réception) dans Telereport.

Copyright Médiamétrie

◆ Contribution à la Part d'Audience (CTR_PdA)

*CTR_PdA = (PdA de l'événement * Durée de l'événement) / (PdA de la chaîne C de diffusion sur l'Ensemble Journée * Durée de diffusion de la chaîne C sur l'Ensemble Journée)*

▪ Nouvel indicateur proposé dans *MMW*.

▪ Rapport de la PdA d'un événement E diffusé sur la chaîne C pondérée par la durée de cet événement sur la PdA de la chaîne C sur l'ensemble journée pondérée par la durée de l'ensemble journée.

▪ Cet indicateur permet d'obtenir la contribution de la Part d'Audience de l'événement à la Part d'Audience de l'ensemble journée sur la chaîne de diffusion de ce même événement.

◆ Elasticité

Elasticité = Part de consommation / Part de Diffusion (CTR_TM / PDiff)

▪ Cet indicateur permet de savoir pour un événement considéré, si le temps d'antenne qu'il consomme apporte en moyenne plus ou moins d'audience qu'une journée moyenne.

▪ Une élasticité > 100 signifie que l'événement/le genre considéré est sur-consommé, sa consommation est supérieure à son offre, l'intérêt pour cet événement/genre est donc fort pour la cible d'analyse.

▪ Une élasticité < 100 signifie que l'événement/le genre considéré est sous-consommé, sa consommation est inférieur à son offre, l'intérêt pour cet événement/genre est donc faible pour la cible d'analyse.

▪ Anciennement appelé "Alp%" (Coefficient Alpha) dans Telereport.

◆ Age Moyen_TM% (AgeMoy_TM)

▪ Pour un évènement donné (écran, émission, tranche horaire,…), âge moyen de l'auditoire sur la base de l'audience moyenne.

▪ L'indicateur « Age_Moyen_TM » se base sur la variable d'âge standard (« Age standard » dans *MMW*), il prend donc en compte l'audience des invités.

▪ Soit une émission affichant un âge moyen TM% de 54 ans sur la cible Ind4+ :
↳ Les téléspectateurs moyens de cette émission ont en moyenne 54 ans.

▪ Cet indicateur est basé sur de la durée d'écoute et n'est donc pas soumis au seuil de vision.

◆ Age Moyen_TC% (AgeMoy_TC)

▪ Pour un évènement donné (écran, émission, tranche horaire,…), âge moyen de l'auditoire sur la base de l'audience cumulée.

▪ L'indicateur « Age_Moyen_TC » se base sur la variable d'âge standard (« Age standard » dans *MMW*), il prend donc en compte l'audience des invités.

▪ Soit une émission affichant un âge moyen TC% de 54 ans sur la cible Ind4+ :
↳ Les téléspectateurs ayant vu au moins 10 secondes consécutives de cette émission ont en moyenne 54 ans.

Copyright Médiamétrie

▪ Ce nouvel indicateur est basé sur du TC% et peut donc être impacté par la définition du seuil de vision ou définition de téléspectateur.
Le seuil de vision par défaut correspond à :

- 1 seconde pour les événements diffusés avant le 29/12/2008.
- 10 secondes consécutives pour les événements diffusés après le 29/12/2008.

◆ Revenu Moyen_TM% (RevenuMoy_TM)

▪ Pour un évènement donné (écran, émission, tranche horaire,…), revenu moyen de l'auditoire sur la base de l'audience moyenne.

▪ L'indicateur « Revenu_Moyen_TM » se base sur la variable de Revenus simple (« Revenu mensuel du foyer » dans *MMW*), il prend donc en compte l'audience des invités.

▪ Soit une émission affichant un revenu moyen TM% de 1550 € :
↳ Les téléspectateurs moyens de cette émission vivent dans des foyers dont le revenu moyen mensuel est de 1550 €.

▪ Cet indicateur est basé sur de la durée d'écoute et n'est donc pas soumis au seuil de vision.

◆ Revenu Moyen_TC% (RevenuMoy_TC)

▪ Pour un évènement donné (écran, émission, tranche horaire,…), revenu moyen de l'auditoire sur la base de l'audience cumulée.

▪ L'indicateur « Revenu_Moyen_TC » se base sur la variable de Revenus simple (« Revenu mensuel du foyer » dans *MMW*), il prend donc en compte l'audience des invités.

▪ Soit une émission affichant un revenu moyen TC% de 1550 € :
↳ Les téléspectateurs ayant vu au moins 10 secondes consécutives de cette émission vivent dans des foyers dont le revenu moyen mensuel est de 1550 €.

▪ Cet indicateur est basé sur de la durée d'écoute et n'est donc pas soumis au seuil de vision.

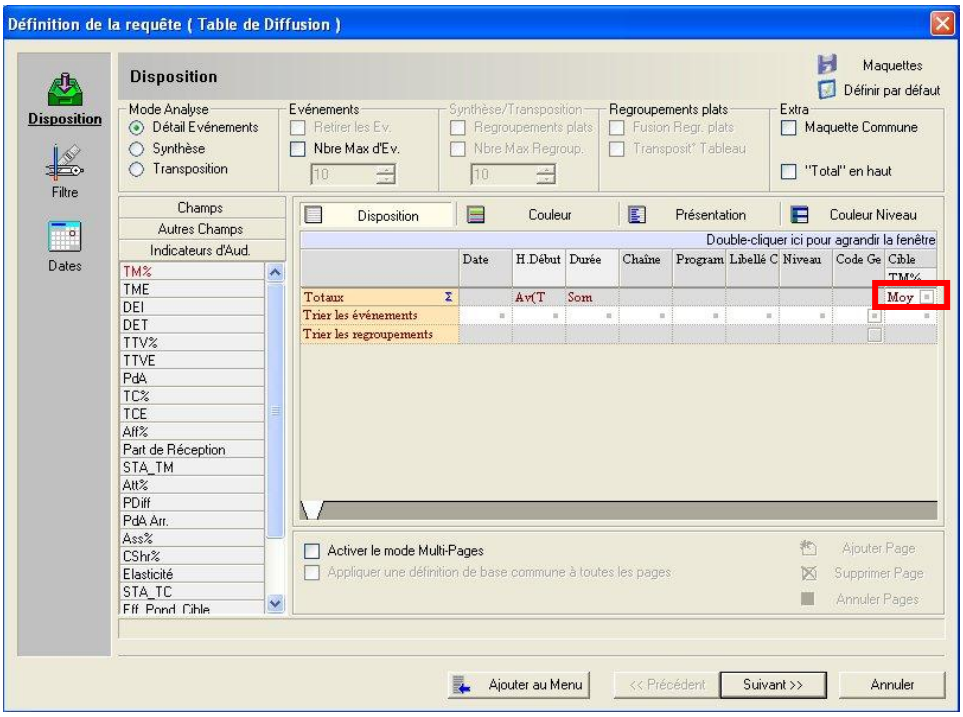
◆ Accumulation de GRP (Accu. GRP)

▪ Pour une série d'évènements donnés, somme des Taux Moyens % à la suite de chacune des diffusions de ces mêmes événements.

▪ Cet indicateur est basé sur de l'audience moyenne et n'est donc pas soumis au seuil de vision.

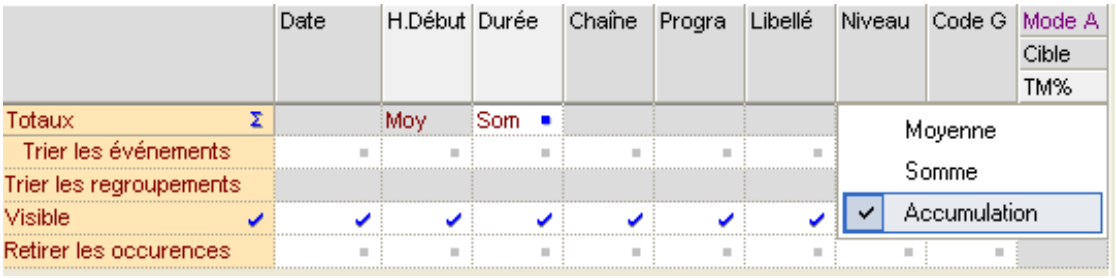
▪ Il n'est pas disponible en tant qu'indicateur dans l'application *MMW*. Vous pouvez cependant le calculer à partir des TM% d'une série d'événements en modifiant comme suit le calcul à appliquer au niveau des lignes de résultats (Evénements + Total).

Copyright Médiamétrie



Sélectionnez l'indicateur **TM%** dans la disposition du tableau de résultats (ici une analyse "Table de Diffusion"), puis cliquez sur le carré à droite de "Moy" (La moyenne étant le calcul appliqué par défaut dans les lignes de totaux).

Le menu déroulant suivant apparaît :



Sélectionnez l'option "**Accumulation**"

La disposition est donc automatiquement modifiée, les valeurs des lignes d'événements au niveau de la colonne "TM%" correspondront désormais à l'accumulation des GRP à la suite des diffusions de la série d'événements étudiés.

Exemple d'interprétation :

	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Niveau	Code Genre	Mode de Vision à Date Ind4+ TM% {Accu.}
1	09/11/2011	16:05:07	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	0.5
2	11/11/2011	06:43:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	0.5
3	11/11/2011	10:46:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	1.3
4	12/11/2011	10:48:32	00:00:32	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	2.0
5	12/11/2011	19:54:55	00:00:12	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1	IB	6.3
6	12/11/2011	20:08:00	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	8.0
7	13/11/2011	10:42:28	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1	IB	9.2
[TOTAL] [7 Ev.]		13:35:39	00:02:24						9.2

Copyright Médiamétrie

L'accumulation de GRP à la suite de la diffusion de la bande-Annonce du programme "C'est Pas Sorcier" diffusée sur France 3 le 12/11/11 à 19 :54 :55 est de 6,3% (Somme des TM% des 5 premières diffusions).

◆ Accumulation de GRPE (Accu. GRPE)

▪ Pour une série d'évènements donnés, somme des Taux Moyens Extrapolés à la suite de chacune des diffusions de ces mêmes événements.

▪ Cet indicateur est basé sur de l'audience moyenne et n'est donc pas soumis au seuil de vision.

▪ Il n'est pas disponible en tant qu'indicateur dans l'application *MMW*. Vous pouvez cependant le calculer à partir des TME d'une série d'événements en modifiant comme suit le calcul à appliquer au niveau des lignes de résultats (Evénements + Total). Procéder comme pour l'indicateur « Accumulation de GRP » en sélectionnant ici l'indicateur **TME**.

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 2 > Cibles standard et complémentaires

TYPE	ID MMW	LIBELLE_COURT	LIBELLE_LONG
S	20041	Fem15+	Femme de 15+
S	20045	Fem15+ Active	Femme de 15+ Active
C	21057	Fem15+ Inactive	Femme de 15+ Inactive
S	20055	Fem15-24	Femme de 15-24
S	20046	Fem15-34	Femme de 15-34
C	20479	Fem15-49	Femme de 15-49
C	20726	Fem25+	Femme de 25+
C	20488	Fem25-34	Femme de 25-34
C	20727	Fem25-49	Femme de 25-49
C	20728	Fem25-59	Femme de 25-59
C	20729	Fem35+	Femme de 35+
C	20494	Fem35-49	Femme de 35-49
C	20730	Fem35-59	Femme de 35-59
C	20497	Fem50+	Femme de 50+
C	20513	Fil4-14	Fille de 4-14
S	20782	Foyer	Foyer
S	20050	Gar4-14	Garçon de 4-14
S	20040	Hom15+	Homme de 15+
C	20736	Hom15+ Actif	Homme de 15+ actif
C	21058	Hom15+ Inactif	Homme de 15+ inactif
C	20526	Hom15-24	Homme de 15-24
C	20867	Hom15-34	Homme de 15-34
S	20047	Hom15-49	Homme de 15-49
C	20534	Hom25-34	Homme de 25-34
C	20737	Hom25-49	Homme de 25-49
M	20536	Hom25-59	Homme de 25-59
C	20739	Hom35+	Homme de 35+
C	20539	Hom35-49	Homme de 35-49
C	20738	Hom35-59	Homme de 35-59
C	20868	Hom50+	Homme de 50+
S	20456	Ind11-14	Individu de 11-14
C	20743	Ind11-24	Individu de 11-24
C	20744	Ind11-34	Individu de 11-34
S	20035	Ind15+	Individu de 15+
S	20044	Ind15+ Actif	Individu de 15+ actif
C	20740	Ind15+ CSP-	Individu de 15+ CSP-
S	20053	Ind15+ CSP+	Individu de 15+ CSP+
C	20829	Ind15+ Foy Agg<100000	Individu de 15+ Foy dans agglomération <100000
S	20801	Ind15+ Foy Agg100000+	Individu de 15+ Foy dans agglomération 100000+
S	20791	Ind15+ Foy ChefCSP+	Individu de 15+ Foy Chef CSP+
C	20871	Ind15+ Inactif	Individu de 15+ inactif
C	21064	Ind15+ NonCSP+	Individu de 15+ non CSP+
M	20840	Ind15+ ProfessLib/CadreSup	Individu de 15+ profession libérale ou cadre supérieur
S	20037	Ind15-24	Individu de 15-24
S	20038	Ind15-34	Individu de 15-34
S	20039	Ind15-49	Individu de 15-49
C	20558	Ind15-59	Individu de 15-59

S = Standard
C = Complémentaire
M = Marché
M* = Marché (Disponible auprès des Agences Média uniquement)

Copyright Médiamétrie

TYPE	ID MMW	LIBELLE_COURT	LIBELLE_LONG
S	20051	Ind15-59 RDA	Individu de 15-59 responsable des achats
M*	21140	Ind18+ CP Foy Vehineuf	Individu 18+ conducteur principal dans Foy avec véhicule neuf acheté ou envisagé
C	20760	Ind25+	Individu de 25+
C	20762	Ind25-34	Individu de 25-34
C/M	20567	Ind25-49	Individu de 25-49
M*	20763	Ind25-49 CSP+	Individu de 25-49 CSP+
M*	20961	Ind25-49 PM Conso Pub	Individu de 25-49 PM Conso Pub
M	20568	Ind25-59	Individu de 25-59
M*	21161	Ind25-59 Foy conso+	Individu de 25-59 dans Foyer conso+
C	20767	Ind35+	Individu de 35+
C	20768	Ind35-49	Individu de 35-49
S	20054	Ind35-59	Individu de 35-59
S	0	Ind4+	Individu de 4+
S	20048	Ind4-10	Individu de 4-10
C	20049	Ind4-14	Individu de 4-14
C	20577	Ind50+	Individu de 50+
C	20578	Ind50-59	Individu de 50-59
M*	20770	Ind50-70 CSP+actif/retraité	Individu de 50-70 CSP+ actif ou retraité
C	20582	Ind60+	Individu de 60+
S	20042	Mén15+	Ménagère de 15+
S	20955	Mén15+ Foy Enf0-14	Ménagère de 15+ Foy avec enfant de 0-14
M*	20809	Mén15+ Foy Enf0-24	Ménagère de 15+ Foy avec enfant de 0-24
M*	20893	Mén15+ Foy MénCSP+/ChefCSP+ Enf0-24	Ménagère de 15+ Foy dont la mén. ou chef est CSP+ avec enf 0-24
C	20938	Mén15+ Foy NonEnf0-14	Ménagère de 15+ Foy sans enfant de 0-14
S	20043	Mén15-49	Ménagère de 15-49
M*	21148	Men15-49 CSP+	Ménagère de 15-49 CSP+
M*	20822	Mén15-49 PM Conso Pub	Ménagère de 15-49 PM Conso Pub
M	20667	Mén25-59	Ménagère de 25-59
M*	21160	Mén25-59 Foy conso+	Ménagère de 25-59 dans Foyer conso+
C	20778	Mén50+	Ménagère de 50+
M*	21258	Ind 15+ RDA Conso +	Individu de 15+ responsable des achats Conso+
M*	21272	Ind 15+ RDA Voyages	Individu de 15+ responsable des achats de voyages
M*	21273	Ind 15+ RespSousAssur	Individu de 15+ responsable des sousriptions d'assurance
M*	21274	Ind 15+ RespPlaceFinan	Individu de 15+ responsable des placements financiers
M*	21269	Ind 15+ Actif Foy Enf0-24	Ind de 15+ actif Foyer avec enfant de 0 à 24 ans

S = Standard
C = Complémentaire
M = Marché
M* = Marché (Disponible auprès des Agences Média uniquement)

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 3 > Variables standard

Type	Libellé Variable
F	Abonné Canal+
F	Abonné Canalsat
F	Abonné TV ADSL
F	Abonnement Câble Analogique ou Numérique
F	Age Chef du Ménage
F	Age Ménagère
F	Concurrence Etendue
F	CSP Chef du Ménage
F	CSP Ménagère
F	Décodeur Numérique à Disque Dur
F	DVD-R
F	Equipé TNT
F	Exclusif TNT
F	Lecteur DVD
F	Magnétoscope
F	Micro-Ordinateur
F	Niveau d'Instruction Chef du Ménage
F	Nombre Adultes au Foyer (15+)
F	Nombre Enfants moins de 25 ans
F	Nombre Personnes au Foyer
F	Offre Elargie / Univers Médiamat'ThématiK
F	Présence Enfant de 11-14 ans
F	Présence Enfant de 4-10 ans
F	Présence Enfant moins de 15 ans
F	Présence Enfant moins de 2 ans
F	Présence Enfant moins de 4 ans
F	Régions INSEE
F	Régions UDA
F	Revenu Mensuel du Foyer
F	Taille Agglomération
I	Activité
I	Age Complet
I	Age de Fin d'Etudes
I	Age Standard
I	CSP Individu
I	CSP Individu (Détail)
I	CSP+ Actif ou Retraité
I	Individu Responsable des Achats
I	Lien avec Chef du Ménage
I	Ménagère
I	Niveau d'Instruction
I	Sexe
I	Sexe (Détail)
I	Type d'Emploi
P	Nombre Postes TV Actifs

F = Foyer
I = Individus
P = Poste
*** Disponible auprès des Agences Média uniquement**

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 4 > Principes Méthodologiques fondamentaux de *MMW*

RAPPEL DES PRINCIPALES CONVENTIONS

Champs du Médiamat

Population étudiée :

Individus 4+ dans foyer équipé TV en France Métropolitaine (Corse comprise).

Audience mesurée :

Audience TV à domicile (résidence principale)
Seule l'audience sur un poste de TV actif est pour l'instant mesurée.
Poste TV actif : poste TV utilisé plus d'une fois par mois pour regarder la TV.

Conventions liées au différé

Définition Live / Différé :

Pour une audience TV avec moins d'une minute de décalage entre la diffusion et la vision, on considère qu'il s'agit d'audience Live. Au-delà d'une minute de décalage entre la diffusion et la vision, on considère qu'il s'agit d'audience différée.

Dans Médiamat et *MMW*, les audiences différées sont ré-affectées au programme consommé.
On travaille donc sur l'heure de diffusion et non de vision.
Trois niveaux de résultats sont mis à disposition :

- Live
- VOSDAL : audience réalisée dans la journée de diffusion (3h-27h) en live ou en différé.
- Consolidé : audience réalisée dans les 7 jours suivants la diffusion (< 164h de décalage entre diffusion et vision) en live ou en différé.

C'est le résultat consolidé qui constitué le nouveau standard (et qui sera donc utilisé dans les Médiabilans par exemple).

Impact sur les résultats :

Avec le différé, un même individu peut avoir consommé un même programme plusieurs fois. Dans ce cas sa durée d'écoute (qui est la somme des durées passées devant ce programme) peut dépasser la durée de diffusion du programme.
En théorie, le TM% peut donc dépasser les 100% avec l'intégration du différé.
Le TM% est alors à interpréter comme un GRP. Un même individu pouvant avoir plusieurs contacts avec une émission.

Précision des calculs

Principe retenu :

Les calculs sont faits avec la précision maximale disponible. Les arrondis ne sont faits qu'en toute dernière étape pour l'affichage.

Dans *MMW*, la précision maximale disponible pour les calculs est de 6 décimales.

Copyright Médiamétrie

Impact sur les résultats :

La PDA ne doit pas être recalculée à partir des TM% affichés (et arrondis à une décimale). En effet, on peut avoir des écarts assez importants liés aux arrondis.
Exemple =

TM% = 1,451 et TTV%= 10,049 ⇨ PDA=14,4
Si on refait les calculs après arrondis, on aurait :
TM% = 1,5 et TTV%= 10,0 ⇨ PDA=15

Plus généralement (pas uniquement sur la PDA), les recalculs d'indicateurs ou de moyennes doivent toujours être faits à partir des résultats à 6 décimales pour ne pas avoir d'écarts avec *MMW*.

SELECTION DU PANEL DE TRAVAIL

Panel quotidien

Pour toutes les analyses standards ainsi que le Médiamat Quotidien, les résultats d'audience sont calculés sur le « panel quotidien ».
Pour un programme E diffusé le jour j, le panel quotidien est constitué des :

- foyers, individus répondants le jour j
- invités présents dans un foyer répondants le jour j.

***Remarque** : pour les audiences différées, on travaille donc sur la base des répondants du jour de diffusion du programme étudié.*

Panels constants

Les analyses de fidélité, de couverture et répétition, plus généralement les analyses comportementales, et le Médiabilan sont des analyses longitudinales qui portent sur plusieurs jours.
Dans ce type d'analyse, on étudie les comportements d'audience TV sur une série de K événements S ={E_1 du jour j_1 sur la chaîne c_1, E_2 du jour j_2 sur la chaîne c_2, … E_K du jour j_K sur la chaîne c_K}.
Il faut donc sélectionner un panel de travail, appelé **panel constant**.

***Remarque** : dès lors que l'on travaille sur un panel constant (>1 journée), les invités ne sont pas pris en compte. En effet, par définition, un invité correspond à un individu « temporaire » valable que sur une seule journée.*

Cas d'une analyse comportementale *MMW*

Si l'analyse ne porte que sur **une journée** (j_1=j_2= …=j_K), le panel de travail est le panel quotidien.
Les poids des individus proviennent donc du redressement quotidien, et $\pi(i)= \pi_{j1}(i)=\ldots = \pi_{jK}(i)$.

Si l'analyse ne porte que sur **une semaine** (j_1, j_2, …j_K appartenant tous à la même semaine s), le panel de travail est le panel hebdomadaire, qui correspond panel quotidien du lundi.
Les poids des individus proviennent donc du redressement du lundi de la semaine s. On note $\pi s(i)$, le poids de l'individu i pour la semaine s.

Si l'analyse porte sur **plusieurs semaines**, s_1, s_2, …s_M, le panel de travail est alors l'intersection des M panels hebdomadaires correspondants aux semaines s_1, s_2, …s_M.
Les poids des individus sont calculés comme la moyenne géométrique des poids hebdomadaires. Si on note $\pi s_m(i)$, le poids de l'individu i pour la semaine s_m, le poids de l'individu i pour le panel de travail sera alors :
$\pi(i) = (\Pi_{m=1\ldots M}\ \pi s_m(i))^{1/M}$.

Copyright Médiamétrie

Médiabilan

Dans le cas d'un Médiabilan, on considère une série de K écrans E={E_1 du jour j_1 sur la chaîne c_1, E_2 du jour j_2 sur la chaîne c_2, … E_K du jour j_K sur la chaîne c_K}.
Le panel constant pour Médiabilan est constitué de l'ensemble des individus qui sont répondants pour plus de 90 % des écrans étudiés.
Par exemple, dans le cas d'une campagne de 100 écrans prévue sur 10 jours avec 80 écrans répartis sur les 9 premiers jours et 20 écrans sur le dixième jour, si un panéliste est répondant sur les 9 premiers jours mais pas sur le dixième jour, il ne fait pas partie du constant car il n'a eu que 80% d'occasions de voir des écrans bien qu'il soit présent sur 90% des jours de la campagne.

AUDIENCES MOYENNES

Moyenne de Taux Moyens :

Pour une série d'émission une série de K émissions Ek, k = 1 à K, on note :
Nk l'effectif pondéré de la cible le jour de diffusion de Ek
Dk la durée de l'émission Ek.

Moyenne des TM(Ek) k = 1 à K :

$$TM_{moyenne} = \frac{\sum_{k=1..K} N_k \times D_k \times TM(E_k)}{\left[\sum_{k=1..K} N_k\right] \times \left[\sum_{k=1..K} D_k\right]}$$

Il y a donc une double pondération de la moyenne, d'une part par la durée et d'autre part par le poids de la cible.

Sur une même journée :

Sur une même journée, le poids de la cible est constant, on a alors une simple pondération par la durée :

$$TM_{moyenne} = \frac{\sum_{k=1..K} D_k \times TM(E_k)}{\left[\sum_{k=1..K} D_k\right]}$$

Avec cette pondération un événement d'une minute contribuera 30 fois moins à la moyenne qu'un événement de 30 minutes.
Ceci permet d'avoir une cohérence avec les résultats en DEI.
Le taux moyen peut toujours s'interpréter comme « les individus de la cible ont regardé en moyenne TM% de la durée de diffusion des émissions Ek. »

Sur une même tranche horaire :

Sur une même tranche horaire, la durée de diffusion est constante, on a alors une simple pondération par le poids :

$$TM_{moyenne} = \frac{\sum_{k=1..K} N_k \times TM(E_k)}{\left[\sum_{k=1..K} N_k\right]}$$

Avec cette pondération un événement diffusé en début d'année 2007 contribuera beaucoup moins à la moyenne qu'un événement diffusé en fin d'année pour la cible 4+ TV ADSL, cette population étant en forte évolution.
Ceci permet d'avoir une relative cohérence avec les résultats en nombre de téléspectateurs (dans la mesure où le poids de la cible dans Médiamat = poids théorique).

Copyright Médiamétrie

Le taux moyen peut toujours s'interpréter comme « TM% des individus de la cible ont regardé les émissions Ek. ».

Comment obtient-on cette formule de moyenne :

DEI(i,k) la durée vue par l'individu i de l'émission Ek.

$\pi(i,k)$ le poids de l'individu i le jour de diffusion de l'émission Ek.

On a donc $N_k = \sum_i \pi(i,k)$

On note DE(Ek) la durée d'écoute totale de Ek sur le panel : $DE(E_k) = \sum_i \pi(i,k) \times DEI(i,k)$

Le taux moyen de Ek est alors défini par : $TM(E_k) = \frac{DE(E_k)}{D_k \times N_k}$

En reprenant cette définition pour une série d'émission, on obtient : $TM_{moyenne} = \frac{\sum_k DE(E_k)}{\sum_k D_k \times \sum_k N_k}$

Et donc : $TM_{moyenne} = \frac{\sum_{k=1..K} N_k \times D_k \times TM(E_k)}{\left[\sum_{k=1..K} N_k\right] \times \left[\sum_{k=1..K} D_k\right]}$

Moyenne de Part D'audience

Pour calculer une moyenne de part d'audience afin d'éviter tout problème nous préconisons de passer systématiquement par le taux moyen :
1 – Moyenne du TM et du TM TTV
2 – Calcul de la PDA moyenne = moyenne de TM / moyenne de TM TTV.

Les pondérations par le poids de la cible et la durée des émissions sont alors prises en compte au travers des moyennes de taux moyens.

En Pratique

Cas général :

En pratique, sur la plupart des cibles la pondération par le poids de la cible n'a pratiquement aucun impact du fait de la stabilité des poids quotidiens.
Par exemple, sur les moyennes mensuelles du moi de mai 2008, la pondération par le poids de la cible sur les résultats « Ensemble 4+ » n'est visible qu'au niveau de la troisième décimale.
En revanche, pour des cibles en forte croissance ou diminution (la plupart du temps en relation avec un équipement) cette pondération a un impact à la hauteur de l'évolution.

Cas particulier des cibles TNT et TV ADSL :

Le redressement est mis à jour mensuellement sur les critères d'équipement TNT et TV ADSL.
Cette mise à jour se fait le premier lundi de chaque mois Médiamat afin que les moyennes mensuelles soient peu affectées par la pondération par le poids de la cible.
En revanche, les moyennes sur de plus longues périodes (annuelles par exemple) refléteront les évolutions des taux d'équipement.

Copyright Médiamétrie

SEUILS DANS MEDIAMAT

Seuil de création de cible

Dans *MMW*, la création d'une cible un jour donné est possible si le nombre de répondants du jour de cette cible est supérieur au **seuil de 400** pour une cible panel (basée sur des critères socio-démographiques, d'équipements, etc.) ou une cible composite (créée à partir de cibles panel), et au **seuil de 200** pour une cible comportementale (créée à partir d'une analyse comportementale).

Seuil de publication des résultats et seuil d'alerte

Définition : le seuil de publication est l'effectif en dessous duquel les résultats ne sont pas considérés comme suffisamment précis statistiquement pour être labellisés Médiamétrie. Cet effectif est exprimé en nombre d'individus (ou foyers) contribuant au calcul, c'est-à-dire en nombre de répondants.

Règles de seuil de publication des résultats en jours datés

Jour daté i.e. nb de jours cumulés = 1

1/ Pour les analyses standard reposant sur les bases répondants jour, on s'autorise une marge de 20 % par rapport au seuil de création pour afficher les résultats.
Il s'agit des analyses suivantes :

- Table de Diffusion
- Minute à Minute
- Tranche Horaire
- Structure d'Auditoire
- Concurrence Frontale

Ce principe est également appliqué au niveau du module "Cibles" (Volet "Outils").

Ainsi, pour une cible panel :

nombre de répondants de la cible < 320 → affichage : *ns*
nombre de répondants de la cible compris entre 320 et 400 → affichage *en italique*
nombre de répondants de la cible ≥ 400 → affichage normal

Pour une cible comportementale :

nombre de répondants de la cible < 160 → affichage : *ns*
nombre de répondants de la cible compris entre 160 et 200 → affichage *en italique*
nombre de répondants de la cible ≥ 200 → affichage normal

2/ Dans le cadre de l'analyse standard "Structure d'Auditoire" et du module "Cibles", ce même principe est appliqué au niveau de chacune des modalités des variables du panel.

Ainsi pour une modalité de variable :

nombre de répondants de la modalité < 160 → affichage : *ns*
nombre de répondants de la modalité compris entre 160 et 200 → affichage *en italique*
nombre de répondants de la modalité ≥ 200 → affichage normal

Copyright Médiamétrie

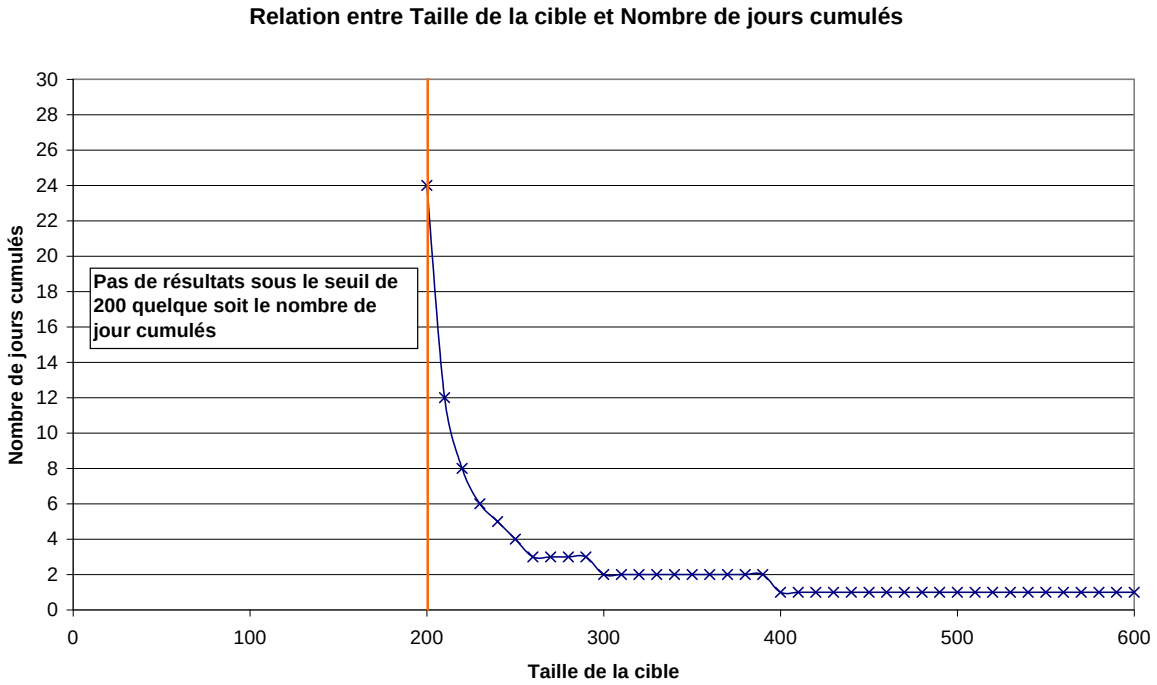
Règles de seuil de publication des résultats par jours cumulés

1/ Dans le cadre des analyses standard reposant sur les bases répondants jour, à savoir :
- Table de Diffusion
- Minute à Minute
- Tranche Horaire
- Structure d'Auditoire
- Concurrence Frontale

Ce principe est également appliqué au niveau du module "Cibles" (Volet "Outils").

On applique le principe suivant :
Si la **taille de la cible < 400**, on cumule les informations de plusieurs jours pour compenser.

Le graphique suivant montre la relation entre la taille de la cible et le nombre de jours à cumuler pour garantir la même précision que celle obtenue pour 400 répondants dans le Médiamat quotidien.



Ci après, le tableau récapitulant les niveaux de seuil selon le nombre de jours cumulés.

Nbre de jours cumulés	Taille minimale des cibles	
1	400	
2	300	au moins 1 des 2 jours doit proposer 300 individus répondants
3	260	au moins 1 des 3 jours doit proposer 260 individus répondants
4	250	au moins 1 des 4 jours doit proposer 250 individus répondants
5	240	...
6	230	
8	220	
12	210	
24+	200	

Copyright Médiamétrie

Application des seuils sur un cumul de plusieurs jours : l'effectif retenu pour valider le seuil sur plusieurs jours est l'effectif maximum de la cible sur les jours considérés. Pour tous les résultats affichés au niveau des lignes « Total » :
- Si 1 jour sélectionné : la règle de gestion correspond à celle décrite au niveau du paragraphe IV.2.1
- Si au moins de 2 jours sélectionnés :
. taille minimale atteinte selon le nombre de jours cumulés : *MMW* affiche les résultats correspondants.
. taille minimale non atteinte selon le nombre de jours cumulés : *MMW* affiche des "n.s" au niveau de la ligne « Total ».

2/ Dans le cadre de l'analyse standard "Structure d'Auditoire" et du module "Cibles", ce principe de jours cumulés n'est pas appliqué au niveau de chacune des modalités des variables du panel.

Ainsi, quel que soit le nombre de jours cumulés :

nombre de répondants de la modalité < 160	➔ affichage : *ns*
nombre de répondants de la modalité compris entre 160 et 200	➔ affichage *en italique*
nombre de répondants de la modalité ≥ 200	➔ affichage normal

IMP :
Pour les analyses comportementales basées sur un panel constant, il n'y a pas de seuil de publication de résultats appliqué à l'affichage. Si la cible a pu être créée, toutes les analyses comportementales pourront être réalisées.

FIDELITE, COUVERTURE ET REPETITION, MEDIABILAN

Fidélité

L'analyse Fidélité est basée sur le taux cumulé, et peut donc faire intervenir un seuil de vision σ. Elle permet de calculer pour une série $S=(E_1, \ldots E_K)$ de K événements diffusée sur une période J, l'accumulation de téléspectateurs, le nombre moyen d'événements vus et le nombre exact d'événements vus.

Soit $U(i,E_k,\sigma)$ la variable telle que $U(i,E_k,\sigma) = 1$ si i a vu l'émission E_k au seuil de vision σ et 0 sinon.
On définit $V(i,E,\sigma, x) = 1 - \Pi_{k=1\ldots x}(1 - U(i,E_k,\sigma))$
$V(i,E,\sigma,x) = 1$ s'il existe au moins une émission E_k, k=1…x (parmi les x premières), pour laquelle i est téléspectateur (au seuil de vision σ).
Soit π(i) est le poids de l'individu i dans le panel travail sur la période J, défini en 2.

Accumulation de téléspectateurs

On appelle accumulation de téléspectateurs au seuil de vision σ, au xième événements de E, la quantité:

$$AT(E, \sigma, x) = \frac{\sum_i \pi(i)\, V(i, E, \sigma, x)}{\sum_i \pi(i)}$$

Nombre moyen d'événements vus

Le nombre d'événements vus par l'individu i, parmi les x premiers, au seuil de vision σ est :
$Ne(i, E, \sigma, x) = \Sigma_{k=1\ldots x}\, U(i,E_k,\sigma)$
On appelle nombre moyen d'événements vus parmi les x premiers, au seuil de vision σ, la quantité :

Copyright Médiamétrie

$$Ne(E, \sigma, x) = \frac{\sum_i \pi(i)\, Ne(i, E, \sigma, x)}{\sum_i \pi(i)}$$

Nombre exact d'événements vus

La matrice proposant le nombre d'événements vus parmi les x premiers nous permet de connaître la distribution du nombre d'événements vus parmi les x premiers, c'est-à-dire les proportions d'individus ayant vu exactement k événements parmi les x premiers, notées Pe(E, σ, x, k) :

$$Pe(E, \sigma, x, k) = \frac{\sum_{i \text{ tel que } Ne(i,E,\sigma,x)=k} \pi(i)}{\sum_i \pi(i)}$$

Couverture et répétition

L'analyse Couverture et Répétition ne fait pas intervenir de seuil de vision car elle est basée sur l'audience moyenne. On considère une série S = {E_1 du jour j_1 sur la chaîne c_1, E_2 du jour j_2 sur la chaîne c_2, … E_K du jour j_K sur la chaîne c_K} de K événements diffusée sur une période J.

GRP

D(i, E_k) est la durée passée par l'individu i à regarder l'événement E_k.
On définit le GRP de l'individu i par :
GRP(E_k, i) = D(i, E_k) / Durée(E_k) (c'est la proportion de l'événement E_k vue par i).

Soit π(i) est le poids de l'individu i dans le panel constant sur la période J, défini comme au 2.
On définit le GRP de E_k par :

$$GRP(E_k) = \frac{\sum_i \pi(i)\, GRP(E_k, i)}{\sum_i \pi(i)}$$

***Remarque** : il s'agit simplement du Taux Moyen d'audience de E_k.*

Accumulation de GRP

L'accumulation de GRP en E_k est la somme des GRP des événements de S jusqu'à E_k :

$$Acc\_GRP(E_k) = \sum_{j=1\ldots k} GRP(E_j)$$

On peut aussi selon le même principe définir l'accumulation de GRP de l'individu i en E_k :

$$Acc\_GRP(E_k, i) = \sum_{j=1\ldots k} GRP(E_j, i)$$

Accumulation de couverture

On définit l'accumulation de couverture de l'individu i en E_k, de la manière suivante :
Acc_Couv(E_k, i) = 1 si Acc_GRP(E_k, i) ≥ 0,5, ce qui signifie implicitement que l'individu i a regardé l'émission E_k au seuil de 50 %.
Acc_Couv(E_k, i) = 0 sinon.

Copyright Médiamétrie

On définit l'accumulation de couverture en E_k par :

$$Acc\_couv(E_k) = \frac{\sum_i \pi(i)\, Acc\_couv(E_k, i)}{\sum_i \pi(i)}$$

Accumulation de répétition

On définit l'accumulation de répétition en E_k par :

$$Acc\_repet(E_k) = \frac{Acc\_GRP(E_k)}{Acc\_couv(E_k)}$$

Traitement des exceptions

Si $Acc\_couv(E_k) > Acc\_GRP(E_k)$, alors $Acc\_repet(E_k)$ n'est pas défini.
Si $Acc\_GRP(E_k) / Acc\_couv(E_k) > k$, alors $Acc\_repet(E_k)$ n'est pas défini.

Médiabilan

On considère une série $E = \{E_1$ du jour j_1 sur la chaîne c_1, E_2 du jour j_2 sur la chaîne c_2, … E_K du jour j_K sur la chaîne $c_K\}$ de K événements diffusée sur une période J, la durée de chacun d'entre est notée $Durée(E_k)$ La plupart du temps des événements sont des écrans publicitaires.

Soit $\Pi = \{\pi(i)\}$ l'ensemble des poids des individus dans le panel constant sur la période J, construit comme présenté au 2.
$D(i, E_k)$ est la durée passée par l'individu i à regarder l'événement E_k.

Nombre de contacts d'un individu

Le nombre de contacts d'un individu avec la série d'écrans E se définit par : $NC(E_k, i) = \sum_{k=1..K} \frac{D(i, E_k)}{Durée(E_k)}$

***Remarque** : bien qu'appelé nombre de contacts, le résultat n'est pas entier.*

GRP

Le GRP se définit par : $GRP(\Pi, E) = \frac{\sum_i \pi(i)\, NC(i, E_k)}{\sum_i \pi(i)}$

Il s'agit de la « moyenne pondérée » du nombre de contacts sur l'échantillon, c'est à dire des NC(i,E).
Le GRP de E est aussi la somme des Taux Moyens des E_k, soit : $GRP(\Pi, E) = \sum_{k=1..K} TM(E_k, \Pi)$

Coefficient de calage

On note Π_k le jeu de poids issu du redressement quotidien Médiamat pour le jour j_k de diffusion de l'écran k, et Π le jeu de poids issu du redressement du panel de travail Médiabilan.
On définit alors le coefficient de calage de la diffusion E_k de la manière suivante :

$Coeffcal(\Pi, E_k) = \frac{GRP(\Pi_{j_k}, E_k)}{GRP(\Pi, E_k)}$, où j_k est le jour de diffusion de l'écran E_k.

Le coefficient de calage permet de corriger le GRP calculé sur le panel de travail Médiabilan afin d'assurer la cohérence avec le Médiamat quotidien. On aura donc :

$$GRP^{corrigé}(\Pi, E) = \sum_{k=1..K} GRP(\Pi, E_k) \times Coeffcal(\Pi, E_k)$$

Copyright Médiamétrie

C'est le GRP corrigé qui est publié.

Dans la suite, on notera $NC^{corrigé}(i,E) = \sum_{k=1..K} \frac{D(i,E_k)}{Durée(E_k)} \times Coeffcal(\Pi,E_k)$, le nombre de contacts corrigé de l'individu i.

Remarque :

- *Pour chaque cible étudiée, on aura un jeu de coefficients de calage spécifique.*
- *Il est possible de segmenter la cible étudiée (de découper la cible selon certains critères pour n'en retenir qu'une sous-cible.) Par exemple, on étudie la cible « 15-49 ans » avec les segments « Hommes » et « CSP+ ». On va donc calculer le GRP pour la cible « 15-49 ans » et pour les sous-cibles « Hommes 15-49 ans » et « CSP+ 15-49 ans » (intersection de la cible et des segments). Dans ce cas, les coefficients de calage utilisés pour le calcul des GRP pour les « Hommes 15-49 ans » et les « CSP+ 15-49 ans », seront ceux de la cible « 15-49 ans ».*

Discrétisation des contacts

L'objectif est de passer de nombres non entiers à des nombres entiers, puisque la distribution des contacts est définie sur N.
Pour cela, les individus vont être regroupés en une partition de M classes distinctes. La classe m sera composée des individus ayant un nombre de contacts $\in [B_m ; B_{m+1}]$. Le nombre de contacts discrétisé pour les individus de la classe m sera de $|B_{m+1}|-1$. C'est l'algorithme de discrétisation qui détermine les bornes B_m pour m=1…M.
Le nombre M de classes est égal soit aux nombres d'écrans+1 soit à nombre maximum de classes autorisé.

Distribution des contacts

Pour un ensemble de *K* diffusions, la distribution des contacts est la connaissance de toutes les proportions $\partial_x(\Pi,E)$ d'individus ayant eu *x* contacts avec les K diffusions de E, pour *x=1*…K :

$$\partial_X(\Pi,E) = \frac{\sum_{i \text{ t.q. } NC^{discret}(i,E)=x} \pi_i}{\sum_i \pi(i)}$$

Pour calculer la distribution des contacts, on utilise le nombre de contacts discrétisés de chaque individu.

Couverture et répétition

Couverture à *x* contacts : pour un ensemble de K diffusions, c'est la proportion d'individus ayant eu au moins *x* contacts avec les K diffusions de E :

$$Couv_x(\Pi,E) = \sum_{x=X..K} \partial_x(\Pi,E)$$

La couverture à 1 contact est souvent appelée couverture, sans autre précision : $Couv_1(\Pi,E) = 1 - \partial_0(\Pi,E)$.

Répétition : on démontre la relation suivante entre GRP, répétition et couverture : $GRP = Couv_1 \times Repet$.

Aussi, on calcule la répétition de la manière suivante : $Repet(\Pi,E) = \frac{GRP(\Pi,E)}{Couv_1(\Pi,E)}$.

Accumulation

Pour un ensemble E de K diffusions, c'est la connaissance de toutes les proportions $\lambda_x(\Pi,E)$ d'individus ayant eu au moins 1 contact au cours des x premières (dans l'ordre chronologique) diffusions de E, pour *x=1*…K.

On calcule $\lambda_x(\Pi,E)$ de la manière suivante : $\lambda_x(\Pi,E) = \frac{\sum_{i \text{ t.q. } NC^{corrigé}(i,e_1..e_x) \geq 0,5} \pi_i}{\sum_i \pi(i)}$

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 5 > Synthèse des différences de méthodologie de calcul entre *MMW* et Telereport Individus

THEMATIQUE	TELEREPORT INDIVIDUS	MMW
Seuil de vision par défaut	Lissage à la minute Etre présent à la 31ème seconde de la minute et avoir vu au moins 15 secondes non consécutives de cette minute.	1 seconde pour l'indicateur TM% et tous les indicateurs qui en découlent (TME, TM(EPP), GRP, TTV%, TTVE, PDA, DEI, Aff%, Att%, STA_TM, CTR_TM, CTR_PdA, Ela) **Cas spécifiques** **Indicateurs : TC%, TCE, DET, Ass%, STA_TC** **Analyses de comportement : FID, FID(S), DUP, EXC, INDEXC et DP** - Pour les événements diffusés avant le 29/12/2008 : 1 seconde - Pour les événements diffusés après le 29/12/2008 : 10 secondes consécutives
Profil de Cibles	Sélection d'un journée pour calculer le profil de cibles => Utilisation de la base répondant à priori de la semaine correspondante	Sélection d'un journée pour calculer le profil de cibles => Utilisation de la base répondants du jour sélectionné.
Création de cible à partir : **- des variables du panel (Cible Panel)** **- de différentes cibles existantes (Cible Composite)**	Seuil minimal de création des cibles = 200 Individus	Seuil minimal de création des cibles = 400 Individus
Création de cible de comportement (Cible Comportementale)	Seuil minimal de création des cibles = 200 Individus	Seuil minimal de création des cibles = 200 Individus
Calcul des Indicateurs **Analyses Standard (Base Répondant Jour)** **- Table de Diffusion** **- Minute à Minute** **- Tranches Horaires** **- Structure d'Auditoire** **- Concurrence Frontale**	Tous les indicateurs qui découlent des indicateurs TM% et TC% sont calculés à partir de TM et TC à une décimale après la virgule	Tous les indicateurs qui découlent des indicateurs TM% et TC% sont calculés à partir de TM et TC à 6 décimales après la virgule (précision maximale)
Traitement de l'audience des Invités **Analyses Standard (Base Répondant Jour)** **- Table de Diffusion** **- Minute à Minute** **- Tranches Horaires** **- Structure d'Auditoire** **- Concurrence Frontale** **et Profil de Cibles**	Non prise en compte de l'audience des invités	Prise en compte de l'audience des invités

Copyright Médiamétrie

THEMATIQUE	TELEREPORT INDIVIDUS	MMW
Seuil de Publication des résultats **Analyses Standard (Base Répondant Jour)** **- Table de Diffusion** **- Minute à Minute** **- Tranches Horaires** **- Structure d'Auditoire** **- Concurrence Frontale** **et Profil de Cibles**	Pas de gestion de seuils de publication. Tous les résultats sont affichés quels que soient les effectifs des cibles étudiées.	**Cible panel/composite** : nombre de répondants < 320 => affichage : "ns" nombre de répondants compris entre 320 et 400 => *affichage en italique* nombre de répondants ≥ 400 => affichage normal **Cible comportementale** : nombre de répondants < 160 => affichage : "ns" nombre de répondants compris entre 160 et 200 => *affichage en italique* nombre de répondants ≥ 200 => affichage normal => Ces seuils de publication ne sont pas appliqués sur les résultats portant sur au moins deux jours (résultats moyens), ils ne sont appliqués que dans le cadre des calculs unitaires (un événement / une date).
Seuil de Vision **Analyses Standard (Base Répondant Jour)** **- Table de Diffusion** **- Minute à Minute** **- Tranches Horaires** **- Structure d'Auditoire** **- Concurrence Frontale**	Paramétrage d'un seuil de vision non proposé pour les indicateurs : - Taux Cumulé (TC%) - Assiduité (Ass%) - Durée d'Ecoute des Téléspectateurs (DET)	Possibilité de paramétrer des seuils de vision au niveau des indicateurs : - Taux Cumulé (TC%) - Assiduité (Ass%) - Durée d'Ecoute des Téléspectateurs (DET) - Structure d'Auditoire sur TC (STA_TC)
Analyses de comportement > Construction du panel constant	Toutes les analyses de Comportement sont basées sur la notion de panel constant et non sur la base des répondants jour utilisée dans le cadre des analyses dites standard (Table de Diffusion, Minute à Minute, Structure d'Auditoire, Moyenne Evènements). Panel constant sur une période d'analyse : > Calcul portant sur une journée : le panel constant correspond à la base panéliste hebdomadaire "à priori"* de la semaine considérée. > Calcul portant sur une semaine : le panel constant correspond base panéliste hebdomadaire "à priori" de la semaine considérée. > Calcul portant sur plus d'une semaine : le panel constant est constitué de l'intersection des bases panélistes hebdomadaires "à priori" de la période considérée. Pour être pris en compte dans le panel constant, les individus doivent être présents (panélistes) à 100% sur l'ensemble de la période (considérés à priori répondants chaque semaine de la période). Pour définir le poids de chaque individu du panel constant, Telereport applique une moyenne géométrique des poids de chaque base paneliste hebdomadaire "à priori" de la période. * La base panéliste hebdomadaire "à priori" est constituée de tous les individus/foyers Médiamat en statut "Présent" ou "Vacancier", c'est à dire de tous les individus/foyers qui sont potentiellement répondants durant la semaine.	Toutes les analyses de Comportement sont basées sur la notion de panel constant et non sur la base des répondants jour utilisée dans le cadre des analyses dites standard (Table de Diffusion, Minute à Minute, Tranches Horaires, Structure d'Auditoire, Concurrence Frontale). **La définition du panel constant est modifiée par rapoort à celle de Telereport Individus. Le panel constant est désormais constitué des individus "répondants" (ie panélistes dont nous disposons des résultats d'audience) de chaque lundi de la période et non plus simplement "appartenant au panel" chaque lundi, ce qui limite le volume "d'audience sosie".** Panel constant sur une période d'analyse : > Calcul portant sur une journée : le panel constant correspond à la base répondants du jour d'analyse avec les poids du jour. > Calcul portant sur une semaine : le panel constant correspond à la base répondants du lundi de la semaine étudiée avec les poids du lundi. > Calcul portant sur plus d'une semaine : le panel constant est constitué de l'intersection des panels répondants des lundis de la période considérée. Pour être pris en compte dans le panel constant, les individus doivent être répondants à 100% sur chaque lundi de la période considérée. Pour définir le poids de chaque individu du panel constant, MMW applique une moyenne géométrique des poids quotidiens de chaque lundi de la période.

Copyright Médiamétrie

THEMATIQUE	TELEREPORT INDIVIDUS	MMW
Analyse "Couverture et Répétition"	**Basée sur du Taux Cumulé** => Calcul de l'accumulation de TC (GRX) => Calcul de couverture basé sur du TC => Distribution des contacts => Paramétrage d'un seuil de vision possible	**Basée sur du Taux Moyen** => Calcul de l'accumulation de GRP (Accu. GRP) => Répétition moyenne => Calcul de couverture basé sur du TM (Accu. Couv.) => Distribution des contacts (Nb Exact d'Evènements Vus) => Paramétrage d'un seuil de vision impossible : Si modification du seuil de vision, il n'est pas pris en compte dans le calcul de l'analyse "Couverture et Répétition". Aucun seuil de vision n'est appliqué dans l'analyse "Couverture et Répétition" dont le calcul est basé sur du TM% Cependant, un téléspectateur contribue au calcul de couverture quand il peut comptabiliser 0,5 contacts sur l'ensemble des événements analysés. Il peut donc avoir vu 10% du premier événement et 40% du second. Tous les événements contribuent de la même manière à la couverture et ce quelle que soit leur durée de diffusion. Il est important de ne pas assimiler cette notion de contribution fixée à 0,5 contacts minimum à un seuil de vision de 50% de la durée de diffusion cumulée car tous les événements n'ont pas forcément la même durée. Pour exemple, 1 individu a vu : 10% de l'événement 1 d'une durée de 10 minutes => durée d'écoute = 00:01:00 et 40% de l'événement 2 d'une durée de 2 minutes => durée d'écoute = 00:00:48 Si l'on cumule les durées d'écoute de cet individu, on obtient 00:01:48 soit 15% de la durée cumulée de diffusion qui est de 12 minutes. **Il est donc important d'utiliser cette analyse dans le cadre d'événements dont la durée est inférieure à 10 minutes (Ecrans Publicitaires, Bandes-Annonces, 1ères et dernières minutes des programmes).**
Analyse "Fidélité"	**Basée sur du Taux Cumulé** => Calcul de l'accumulation de TC (GRX) => Calcul de couverture basé sur du TC => Distribution des contacts => Paramétrage d'un seuil de vision possible Cette analyse correspond en fait à la dernière de l'analyse "Couverture et Répétion" de Telereport.	**Basée sur du Taux Cumulé** => Calcul de couverture basé sur du TC (Accu. Télésp.) => Répétition moyenne => Distribution des contacts (Nb Exact d'Evènements Vus) => Calcul de l'accumulation de TC (Accu. TC) (non sélectionné par défaut dans le tableau de résultats) => Paramétrage d'un seuil de vision possible **Il est donc important d'utiliser cette analyse dans le cadre d'événements dont la durée est supérieure à 10 minutes.**

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 6 > Détail des agrégats de chaînes

COMPOSITION AU 31/12/2012

(1) Agrégats modifiés le 29/01/2013 avec date de début de validité au 31/12/2012
(2) Agrégat ajouté le 29/01/2013 avec date de début de validité au 31/12/2012

LIBELLE MMW	DEFINITION	COMPOSITION A DATE
Chaînes Nat. (1)	Chaînes à diffusion nationale *(Chaînes historiques, chaînes de la TNT gratuite dont le seuil d'initialisation dépasse 95% de la population française, chaînes de la TNT HD gratuite)*	Depuis le 31/12/2012 : TF1 / F2 / F3 / Canal+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24 / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / D17 / Gulli / France O / HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25
Chaînes Médiamat Nat.	Chaînes du Médiamat National Quotidien	Depuis le 04/07/2011 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24 / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / F4 / Gulli
Chaînes Médiamat Nat. Histo	Chaînes historiques du Médiamat National Quotidien	Depuis le 02/01/2012 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24
Chaînes Médiamat Nat. Histo (2012)	Chaînes historiques du Médiamat National Quotidien *(même agrégat que le « Chaînes Médiamat Nat. Histo » mais figé à sa définition de 2012)*	TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24
Chaînes Médiamat Nat. Publiques	Chaînes publiques du Médiamat National Quotidien	Depuis le 04/07/2011 : F2 / F3 / F5 24/24 / Arte 24/24 / F4
Chaînes Médiamat Nat. Privées	Chaînes privées du Médiamat National Quotidien	Depuis le 03/01/2011 : TF1 / C+ / M6 / D8 / W9 / TMC / NT1 / Gulli / NRJ12
Chaînes Médiamat Nat. Privées Histo	Chaînes privées historiques du Médiamat National Quotidien	TF1 / C+ / M6
Chaînes Médiamat Nat. a. Pub.	Chaînes du Médiamat National Quotidien diffusant de la publicité	Depuis le 03/01/2011 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / F4 / Gulli
Chaînes Médiamat Nat. a. Pub. Histo	Chaînes historiques du Médiamat National Quotidien diffusant de la publicité	Depuis le 02/01/2012 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6
Chaînes TNT hors Médiamat Nat. (1)	Chaînes de la TNT gratuite Hors chaînes du Médiamat National Quotidien	Depuis le 31/12/2012 : LCP / BFM TV / i-Télé / D17 / France O / HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25

Copyright Médiamétrie

Chaînes TNT hors Médiamat Nat. Histo (1)	Chaînes de la TNT gratuite Hors chaînes historiques du Médiamat National Quotidien	Depuis le 31/12/2012 : D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / D17 / Gulli / France O / HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25
Chaînes TNT hors Médiamat Nat. Histo (2012)	Chaînes de la TNT gratuite Hors chaînes historiques du Médiamat National Quotidien Hors nouvelles chaînes de la TNT HD *(même agrégat que le « Chaînes TNT hors Médiamat Nat. Histo » mais figé à sa définition de 2012)*	D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / D17 / Gulli / France O
Chaînes TNT HD (2)	Nouvelles chaînes de la TNT HD (décembre 2012)	Depuis le 31/12/2012 : HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25
Autres TV	Total TV Hors chaînes du Médiamat National Quotidien	Depuis le 04/07/2011 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24 / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / F4 / Gulli)
Autres TV Histo	Total TV Hors chaînes historiques du Médiamat National Quotidien	Depuis le 02/01/2012 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24)
Autres TV Histo (2012)	Total TV Hors chaînes historiques du Médiamat National Quotidien *(même agrégat que le « Autres TV Histo » mais figé à sa définition de 2012)*	Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24)
Autres TV Chaîne n	Total TV Hors chaînes du Médiamat National Quotidien Hors chaîne n	Depuis le 04/07/2011 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24 / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / F4 / Gulli / Chaîne de la prestation sur initialisés)
Autres TV Chaîne n Histo	Total TV Hors chaînes historiques du Médiamat National Quotidien Hors chaîne n	Depuis le 02/01/2012 : Total TV - (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 24/24 / M6 / Arte 24/24 / Chaîne de la prestation sur initialisés)

Copyright Médiamétrie

HISTORIQUE DE COMPOSITION

AGREGAT	DEFINITION	HISTORIQUE DE COMPOSITION
CHAINES NAT.	CHAINES A DIFFUSION NATIONALE	Avant le 03/01/11 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h
		Le 03/01/2011 : Ajout de F5 après 19h / Arte avant 19h / D8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / D17/ Gulli / France O
		Le 31/12/12 : Ajout de HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25
CHAINES MEDIAMAT NAT.	CHAINES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN	Avant le 29/12/08 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h
		Le 29/12/08 : Ajout de W9
		Le 04/01/10 : Ajout de F5 après 19h / TMC / F4 / Gulli
		Le 03/01/11 : Ajout d'Arte avant 19h / Direct 8 / NT1 / NRJ12
CHAINES MEDIAMAT NAT. HISTO.	CHAINES HISTORIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN	Avant le 02/01/12 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h /
		Le 02/01/12 : Ajout de F5 après 19h et Arte avant 19h
CHAINES MEDIAMAT NAT. PUBLIQUES	CHAINES PUBLIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN	Avant le 04/01/10 : F2 / F3 / F5 avant 19h / Arte après 19h
		Le 04/01/10 : Ajout de F5 après 19h et F4
		Le 04/07/11 : Ajout d'Arte avant 19h
CHAINES MEDIAMAT NAT. PRIVEES	CHAINES PRIVEES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDEN	Avant le 29/12/08 : TF1 / C+ / M6
		Le 29/12/08 : Ajout de W9
		Le 04/01/10 : Ajout de TMC et Gulli
		Le 03/01/11 : Ajout de Direct 8 / NT1 / NRJ12

Copyright Médiamétrie

CHAINES MEDIAMAT NAT A. PUB.	CHAINES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN DIFFUSANT DE LA PUBLICITE	Avant le 29/12/2008 : TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6
		Le 29/12/08 : Ajout de W9
		Le 04/01/10 : Ajout de F5 après 19h / TMC / F4 / Gulli
		Le 03/01/11 : Ajout de Direct 8 / NT1 / NRJ12
CHAINES MEDIAMAT NAT A. PUB. HISTO	CHAINES HISTORIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN DIFFUSANT DE LA PUBLICITE	Avant le 02/01/12 : TF1 / F2 / F3 / C+ / M6 / F5 avant 19h
		Le 02/01/12 : Ajout de F5 après 19h
CHAINES TNT HORS MEDIAMAT NAT.	CHAINES DE LA TNT GRATUITE HORS CHAINES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN	Avant le 29/12/08 : F5 après 19h / Arte avant 19h / Direct 8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / Direct Star (ex-Virgin 17) / Gulli
		Le 29/12/08 : Sortie de W9 de l'agrégat
		Le 04/01/10 : Sortie de F5 après 19h / TMC / F4 et Gulli de l'agrégat
		Le 04/10/10 : Ajout de France O
		Le 03/01/11 : Sortie de Direct 8 / NT1 et NRJ12 de l'agrégat
		Le 04/07/11 : Sortie d'Arte avant 19h de l'agrégat
		Le 31/12/12 : Ajout de HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25
CHAINES TNT HORS MEDIAMAT NAT. HISTO	CHAINES DE LA TNT GRATUITE HORS CHAINES HISTORIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN	Avant le 04/10/10 : F5 après 19h / Arte avant 19h / Direct 8 / W9 / TMC / NT1 / NRJ12 / LCP / F4 / BFM TV / i-Télé / Direct Star (ex-Virgin 17) / Gulli
		Le 04/01/10 : Ajout de France O
		Le 02/01/12 : Sortie d'Arte avant 19h et F5 après 19h de l'agrégat
		Le 31/12/12 : Ajout de HD1 / l'Equipe 21 / 6ter / Numéro 23 / RMC Découverte HD 24 / Chérie 25

Copyright Médiamétrie

AUTRES TV	TOTAL TV HORS CHAINES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDEN	Avant le 29/12/2008 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h)
		Le 29/12/08 : Sortie de W9 de l'agrégat
		Le 04/01/10 : Sortie de F5 après 19h / TMC / F4 et Gulli de l'agrégat
		Le 03/01/11 : Sortie de Direct 8 / NT1 et NRJ12 de l'agrégat
		Le 04/07/2011 : Sortie d'Arte avant 19h de l'agrégat
AUTRES TV HISTO	TOTAL TV HORS CHAINES HISTORIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDEN	Avant le 02/01/2012 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h)
		Le 02/01/12 : Sortie de F5 après 19h et Arte avant 19h de l'agrégat
AUTRES TV CHAINE n	TOTAL TV HORS CHAINES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN ET HORS CHAINE N	Avant le 29/12/2008 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h / Chaîne de la prestation sur initialisés)
		Le 29/12/08 : Sortie de W9 de l'agrégat
		Le 04/01/10 : Sortie de F5 après 19h / TMC / F4 et Gulli de l'agrégat
		Le 03/01/11 : Sortie de Direct 8 / NT1 et NRJ12 de l'agrégat
		Le 04/07/11 : Sortie d'Arte avant 19h de l'agrégat
AUTRES TV CHAINE n HISTO	TOTAL TV HORS CHAINES HISTORIQUES DU MEDIAMAT NATIONAL QUOTIDIEN ET HORS CHAINE N	Avant le 02/01/2012 : Total TV – (TF1 / F2 / F3 / C+ / F5 avant 19h / M6 / Arte après 19h / Chaîne de la prestation sur initialisés)
		Le 02/01/12 : Sortie de F5 après 19h et d'Arte avant 19h de l'agrégat

Copyright Médiamétrie

ANNEXE 7 > Note Méthodologique

Comment calculer un GRP, une couverture et une répétition moyenne ?

1/ Calcul du GRP
2/ Calcul de la Couverture
3/ Calcul de la Répétition Moyenne
4/ En Synthèse

1/ Calcul du GRP

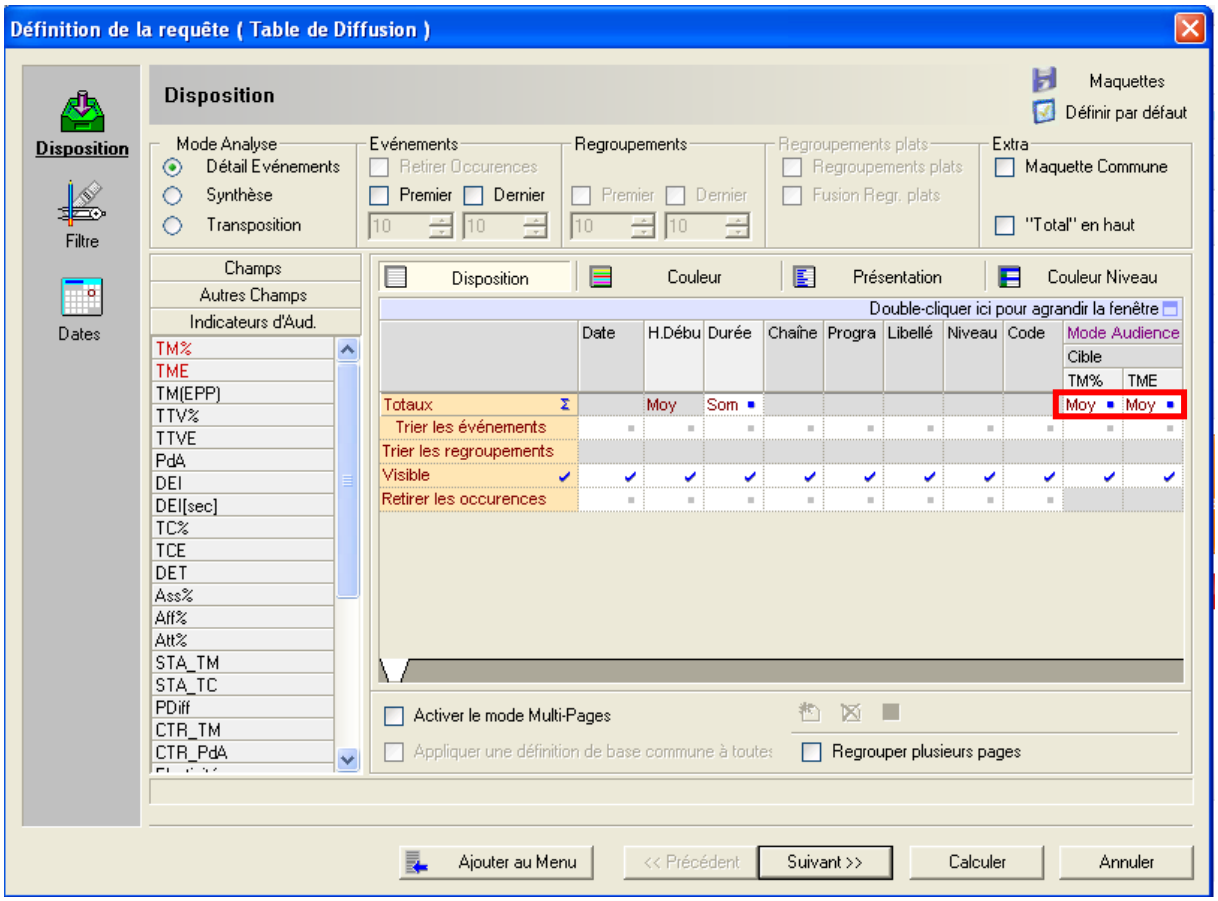
Les GRP et GRPE « officiels », c'est-à-dire calculés à partir de la base « Répondants jour », peuvent être obtenus dans les analyses suivantes :

- « Table de Diffusion » pour les événements de type « Programmes »
- « Minute à Minute » pour les événements de type « Tranches Horaires »
- « Première(s) et dernière(s) minute(s) » dans le cas du sponsoring
- « Concurrence Frontale »
- « Import d'Evénements »

1a/ Comment obtenir un GRP ou un GRPE dans les analyses « Table de Diffusion » et « Minute à Minute » ?

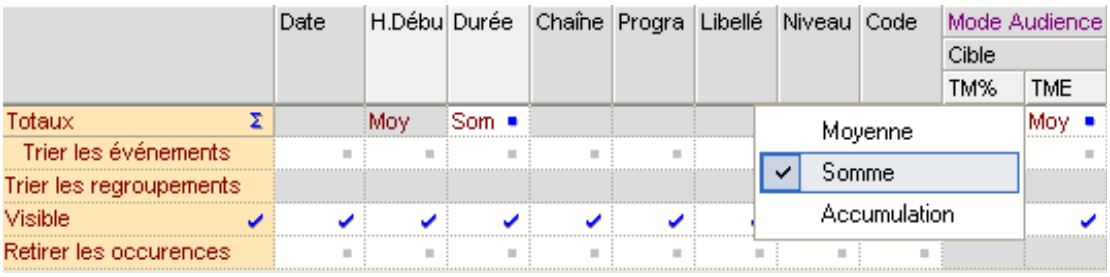
Ces indicateurs ne sont pas disponibles en tant que telle dans les analyses Standard « Table de Diffusion » et « Minute à Minute ». Vous pouvez cependant les calculer à partir des TM% et TME d'une série d'événements en modifiant comme suit les calculs à appliquer dans les lignes de totaux.

Copyright Médiamétrie



Sélectionnez les indicateurs TM% et TME dans la disposition du tableau de résultats (ici une analyse "Table de Diffusion"), puis pour chaque indicateur, cliquez sur le carré à droite de "**Moy**" (La moyenne étant le calcul appliqué par défaut dans les lignes de totaux).

Le menu déroulant suivant apparaît :



Sélectionnez l'option "**Somme**"

La disposition est donc automatiquement modifiée, les valeurs des lignes de totaux au niveau des colonnes "TM%" et "TME" correspondront donc au GRP de la série d'événements diffusés.

A Noter
Avec cette méthode, les GRP et GRPE sont calculés avec la précision maximale (somme des TM% à 6 décimales).

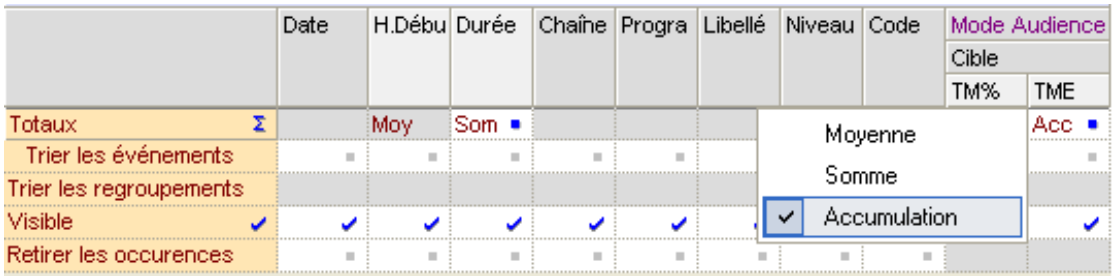
Copyright Médiamétrie

Exemple d'interprétation :

	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Mode de Vision à Date Ind4+ TM% {Som}	Mode de Vision à Date Ind4+ TME {Som}
1	09/11/2011	16:05:07	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	0,5	265
2	11/11/2011	06:43:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,1	41
3	11/11/2011	10:46:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,8	479
4	12/11/2011	10:48:32	00:00:32	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,7	386
5	12/11/2011	19:54:55	00:00:12	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	4,3	2527
6	12/11/2011	20:08:00	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1,7	1013
7	13/11/2011	10:42:28	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1,2	678
8	16/11/2011	16:05:08	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	0,4	221
9	17/11/2011	06:45:08	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,1	30
10	18/11/2011	08:53:44	00:00:30	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,1	84
11	19/11/2011	06:34:09	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,2	97
12	19/11/2011	10:46:07	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,7	382
13	19/11/2011	19:54:46	00:00:12	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	5,2	3045
14	19/11/2011	20:08:37	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	2,1	1236
15	20/11/2011	10:40:57	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	1,1	668
[TOTAL] [15 Ev.]		12:59:52	00:05:16				19,1	11153

Le GRP correspondant à la diffusion des Bandes-Annonces du programme "C'est Pas Sorcier" diffusées sur France 3 entre le 09/11 et le 20/11/2011 est de 19,1 (Somme des TM% des 15 diffusions).
Le GRPE est quant à lui de 11 153 000 Individus (Somme des TME des 15 diffusions).

Il est également possible de calculer des accumulations de GRP et GRPE. Pour cela, veuillez sélectionner l'option « **Accumulation** » dans le menu déroulant.



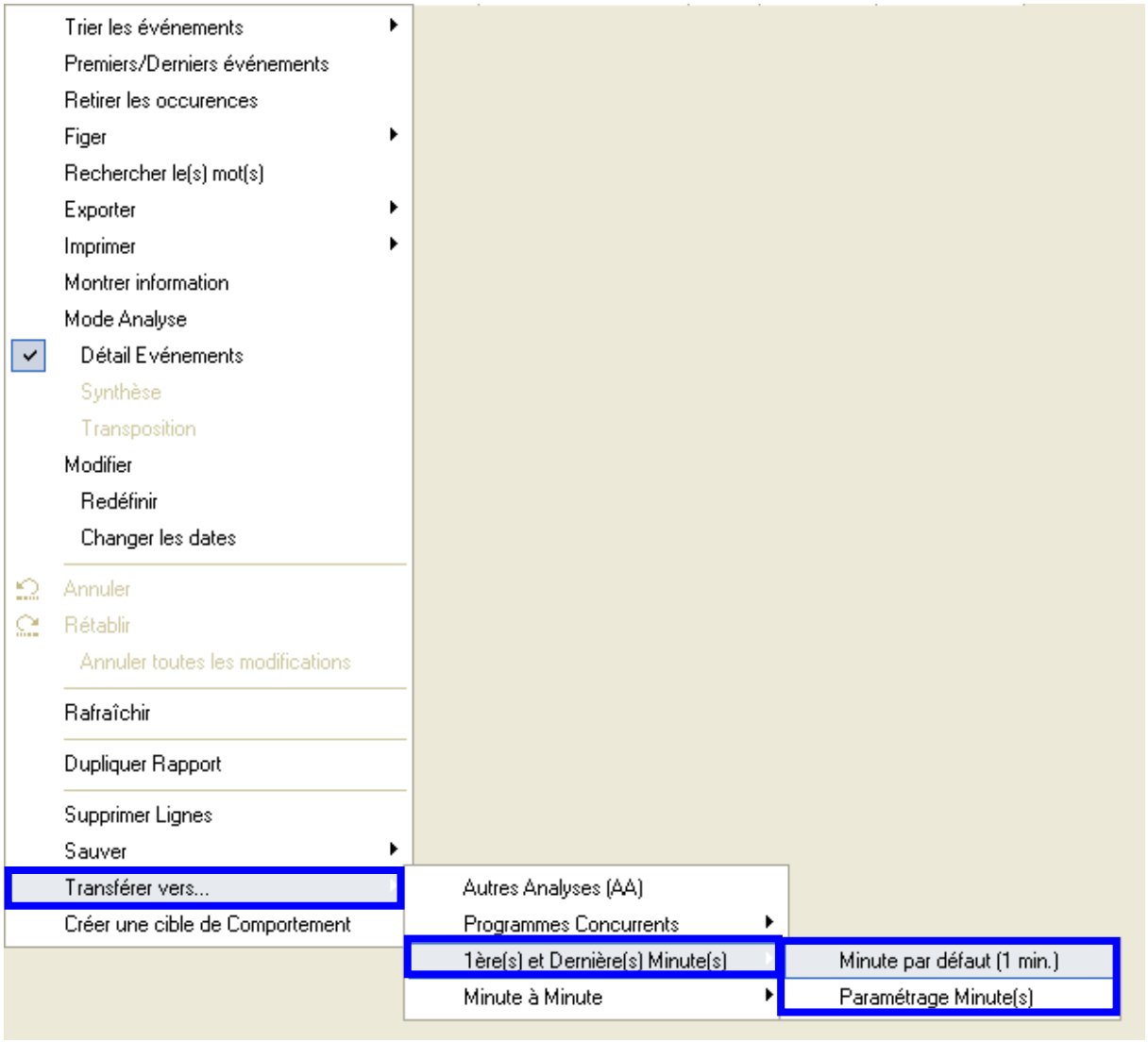
Vous obtenez alors le tableau de résultats suivant :

	Date	H.Début {Moy}	Durée {Som}	Chaîne	Programme	Libellé Complémentaire	Mode de Vision à Date Ind4+ TM% {Accu.}	Mode de Vision à Date Ind4+ TME {Accu.}
1	09/11/2011	16:05:07	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	0,5	265
2	11/11/2011	06:43:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	0,5	306
3	11/11/2011	10:46:46	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	1,3	786
4	12/11/2011	10:48:32	00:00:32	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	2,0	1171
5	12/11/2011	19:54:55	00:00:12	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	6,3	3698
6	12/11/2011	20:08:00	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	8,0	4711
7	13/11/2011	10:42:28	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	9,2	5389
8	16/11/2011	16:05:08	00:00:13	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	9,6	5611
9	17/11/2011	06:45:08	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	9,6	5641
10	18/11/2011	08:53:44	00:00:30	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	9,8	5725
11	19/11/2011	06:34:09	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	9,9	5822
12	19/11/2011	10:46:07	00:00:31	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	10,6	6204
13	19/11/2011	19:54:46	00:00:12	France 3	BA	C EST PAS SORCIER	15,8	9249
14	19/11/2011	20:08:37	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	17,9	10485
15	20/11/2011	10:40:57	00:00:12	France 3	CN	C EST PAS SORCIER	19,1	11153
[TOTAL] [15 Ev.]		12:59:52	00:05:16				19,1	11153

Copyright Médiamétrie

1b/ Comment calculer un GRP et un GRPE sur des événements de type « 1ère(s) et dernière(s) minute(s) » ? (cas du sponsoring)

- A partir d'une analyse « Table de Diffusion », sélectionnez les programmes pour lesquels vous souhaitez extraire les 1ères et dernières minutes.
- Effectuez un clic droit et sélectionnez l'option « **Transférer vers…** » puis « **1ère(s) et dernière(s) minute(s)** »



- sélectionnez ensuite l'option « **Minute par défaut (1 min.)** » si vous souhaitez extraire les premières et les dernières minutes, ou l'option « **Paramétrage Minute(s)** » si vous souhaitez travailler sur des débuts et des fins de programmes de plus d'une minute.
- Vous obtenez ainsi, l'extraction des premières et dernières minutes, il suffit alors d'appliquer la procédure décrite dans le paragraphe 1a ci-dessus pour calculer les GRP et les GRPE..

1c/ Comment calculer un GRP et un GRPE sur des événements enregistrés dans des paniers d'événements (fichiers .EVT) ?

Les analyses « Table de Diffusion », « Minute à Minute » et « 1ère(s) et dernière(s) minute(s) » ne permettent pas de charger des événements à partir de fichiers .EVT. Si vous souhaitez utiliser des fichiers .EVT pour calculer des GRP et des GRPE (pour des mises à jour de GRP/GRPE par exemple), vous avez la possibilité d'utiliser les analyses suivantes :

Copyright Médiamétrie

1/ Analyse « Import d'Evénements »
Chargez le ou les fichiers .EVT souhaités, le panier d'événements est automatiquement renseigné.
Sélectionnez les indicateurs « TM% » et « TME » et appliquer une somme sur la ligne « TOTAL » des deux colonnes.

2/ Module « Autres Analyses » :
- « Concurrence Frontale »

Chargez le ou les fichiers .EVT souhaités, le panier d'événements est automatiquement renseigné. Les GRP et GRPE sont consultables au niveau de :

- « Concurrence Frontale » ➔ Ligne « Somme » des colonnes TM% et TME

2/ Calcul de la Couverture

L'application *MMW* propose le calcul de couverture à partir de deux analyses de comportement :
- Couverture et Répétition
- Fidélité

Quand utiliser l'analyse « Couverture & Répétition » plutôt que l'analyse « Fidélité » ?

2a/ L'analyse « Couverture & Répétition » :

❖ L'analyse « Couverture & Répétition » est basée sur une base « Panel Constant

❖ L'analyse « Couverture & Répétition » est basée sur le **Taux Moyen**.

❖ Elle propose les indicateurs suivants :

- Accumulation de GRP (*Accu. GRP*)
- Répétition moyenne (*Répétition*)
- Couverture basée sur du TM (*Accu. Couv.*)
- Distribution des contacts (*Nb Exact d'Evènements Vus*)

❖ Le paramétrage d'un seuil de vision est impossible.

A Noter
Si l'utilisateur modifie le seuil de vision, il ne sera pas pris en compte dans le calcul de l'analyse "Couverture et Répétition".
Aucun seuil de vision n'est appliqué dans l'analyse "Couverture et Répétition" dont le calcul est basé sur du TM%.
Cependant, un téléspectateur contribue au calcul de couverture quand il peut comptabiliser 0,5 contacts sur l'ensemble des événements analysés.
Il peut donc avoir vu 10% du premier événement et 40% du second.
Tous les événements contribuent de la même manière à la couverture et ce quelle que soit leur durée de diffusion.
Il est important de ne pas assimiler cette notion de contribution fixée à 0,5 contacts minimum à un seuil de vision de 50% de la durée de diffusion cumulée car tous les événements n'ont pas forcément la même durée.

Pour exemple, 1 individu a vu :
10% de l'événement 1 d'une durée de 10 minutes => durée d'écoute = 00:01:00
et 40% de l'événement 2 d'une durée de 2 minutes => durée d'écoute = 00:00:48

Si l'on cumule les durées d'écoute de cet individu, on obtient 00:01:48 soit 15% de la durée cumulée de diffusion qui est de 12 minutes.

Copyright Médiamétrie

Conclusion :
Il est donc important d'utiliser cette analyse dans le cadre d'événements dont la durée est inférieure à 10 minutes (Ecrans Publicitaires, Bandes-Annonces, 1ères et dernières minutes des programmes).

2b/ L'analyse « Fidélité » :

❖ L'analyse « Fidélité » est basée sur une base « Panel Constant ».

❖ L'analyse « Fidélité » est basée sur le **Taux Cumulé**.

❖ Elle propose les indicateurs suivants :
- Couverture basée sur du TC (*Accu. Télésp.)*
- Répétition moyenne (*Répétition*)
- Distribution des contacts (*Nb Exact d'Evènements Vus*)
- Accumulation de TC (*Accu. TC*) (non sélectionné par défaut dans le tableau de résultats)

❖ Le paramétrage d'un seuil de vision est possible.

Conclusion :
Il est donc important d'utiliser cette analyse dans le cadre d'événements dont la durée est supérieure à 10 minutes.

3/ Calcul de la Répétition Moyenne

L'application MMW propose le calcul de répétition moyenne à partir de deux analyses de comportement :
- Couverture et Répétition
- Fidélité

Quand utiliser l'analyse « Couverture & Répétition » plutôt que l'analyse « Fidélité » ?
=> CF paragraphe 2

Important
Dans le cas où vous communiqueriez des GRP calculés sur une base « Répondant Jour » et des couvertures issues d'une base « Panel Constant », il convient de ne pas reprendre la répétition moyenne affichée dans les analyses « Couverture & Répétition » (C&R) et « Fidélité » (FID) mais de la recalculer comme suit :

$$\text{Répétition Moyenne} = \frac{\text{GRP obtenu dans les analyses standard}}{\text{Couverture obtenue dans les analyses « C \& R » et « FID »}}$$

Rappel des analyses standard qui utilisent des bases « Répondant Jour » :
- Table de Diffusion
- Minute à Minute
- 1ère(s) et dernière(s) minute(s)
- Concurrence Frontale
- Import d'événement

Copyright Médiamétrie

GLOSSAIRE

> Base Répondants Jour :

Ensemble des foyers panélistes pour lesquels Médiamétrie a pu recueillir une information d'audience validée.
Cette base évolue chaque jour.
Afin de produire des résultats d'audience quotidiens fiables, la base répondant jour doit proposer un minimum de 2800 foyers.

> Panel Constant :

Toutes les analyses de Comportement sont basées sur la notion de panel constant et non sur la base des répondants jour utilisée dans le cadre des analyses dites standard (Table de Diffusion, Minute à Minute, Tranches Horaires, Structure d'Auditoire, Concurrence Frontale).

La définition du panel constant est modifiée par rapport à celle de Telereport Individus. Le panel constant est désormais constitué des individus "répondants" (i.e. panélistes dont nous disposons des résultats d'audience) de chaque lundi de la période et non plus simplement "appartenant au panel" chaque lundi, ce qui limite le volume "d'audience sosie".

Panel constant sur une période d'analyse :
> Calcul portant sur une journée : le panel constant correspond à la base répondants du jour d'analyse avec les poids du jour.
> Calcul portant sur une semaine : le panel constant correspond à la base répondants du lundi de la semaine étudiée avec les poids du lundi.
> Calcul portant sur plus d'une semaine : le panel constant est constitué de l'intersection des panels répondants des lundis de la période considérée.
Pour être pris en compte dans le panel constant, les individus doivent être répondants à 100% sur chaque lundi de la période considérée.

Pour définir le poids de chaque individu du panel constant, MMW applique une moyenne géométrique des poids quotidiens de chaque lundi de la période.

Copyright Médiamétrie